



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TRABAJO DE GRADO

TEMA: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE MUÑECAS EN TELA KIANA Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA".

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORA: BEDÓN, F. Mercy M.
DIRECTOR: EC. CERVANTES, Luis**

Ibarra, julio, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Las artesanías han sido la fuente de sustento de muchas familias lo que ha influido para crear una microempresa dedicada a la venta de muñecas de tela kiana y objetos de adorno en la parroquia de Alpachaca; para ello se realizó un análisis histórico de la ciudad de Ibarra sus características geográficas y demográficas, así también se investigó la situación económica y social de la población, además se realizó un análisis de las diferentes artesanías que desarrolla la población del cantón. En cuanto a la investigación de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha lo cual ha aportado para la creación de la microempresa teniendo un target muy especial que son consumidores potenciales como son los turistas. En el estudio técnico se investigó en lo referente a infraestructura, procesos productivos y los recursos necesarios para el funcionamiento de la microempresa, además que se realizó el respectivo análisis financiero y sus proyecciones con lo cual se determinó la rentabilidad del proyecto. También se organizó estructural y funcional a la microempresa, y se determinó los diferentes impactos.

EJECUTIVE RESUME

The crafts have been the source of livelihood for many families this has had to create a small business dedicated to selling kiana cloth dolls and ornaments in the parish of Alpachaca, for it was a historical analysis of the city of Ibarra geographic and demographic characteristics, and also investigated the economic and social situation of the population, and an analysis was made of the different crafts that develops county population. As for market research found that unmet demand exists which has contributed to the creation of microenterprises have a very special target potential consumers such as tourists. The technical study was investigated in relation to infrastructure, productive processes and resources necessary for the operation of microenterprises also held the respective financial analysis and projections thus determined the profitability of the project. Also structurally and functionally organized to microenterprises, and determined the different impacts.

AUTORÍA

Yo, Mercy Magdalena Bedón Flores C.I.: 1002874756, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi total autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Mercy Magdalena Bedón Flores

C.I.:1002874756

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la estudiante **Bedón Flores Mercy Magdalena**, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Escuela de Contabilidad y Auditoría previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría cuyo tema es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE MUÑECAS EN TELA KIANA Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los **6 días del mes de julio del 2012.**



Econ. Luis Cervantes

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Mercy Magdalena Bedón Flores , con cédula de Identidad Nro.1002874756, manifestó mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE MUÑECAS EN TELA KIANA Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de : **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA** en la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Mercy Magdalena Bedón Flores

C.C.:1002874756

En la ciudad de Ibarra a los 6 días del mes de julio del 2012.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002874756		
APELLIDOS Y NOMBRES:	BEDÓN FLORES MERCY MAGDALENA		
DIRECCIÓN:	LOS PINOS, CALLE PINZON 1-108		
EMAIL:	magy26oe@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	2605948	TELÉFONO MÓVIL:	0993676565

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE MUÑECAS EN TELA KIANA Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO EN LA PARROQUIA DE ALPACHACA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTORA:	Mercy Bedón
FECHA:	06/07/2012
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
ASESOR/DIRECTOR:	ECO. LUIS CERVANTES

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Mercy Magdalena Bedón Flores, con cédula de Identidad Nro. 1002874756, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, a la exposición de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 6 días del mes de julio del 2012.

LA AUTORA

(Firma).....
Nombre: Mercy Bedón
C.C.: 1002874756

ACEPTACIÓN

(Firma).....
Nombre:.....
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho cariño a mis padres quienes en todo momento me han dado su apoyo incondicional, a mis hermanos por su ayuda, a mis amigos por su amistad y comprensión, ya que por ellos he podido culminar con éxito la presente investigación.

Mercy

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme sabiduría, paciencia, fortaleza, el que con su infinita misericordia me guio para cumplir esta investigación.

A mis padres, hermanos, a mi novio, a mis amigos quienes con su amor me han dado la fuerza para cumplir esta investigación.

A los catedráticos quienes con sus enseñanzas diarias me fueron formando una personalidad llena de valores y conocimientos que han influido para que pueda conseguir logros inesperados.

Mercy

PRESENTACIÓN

En el presente trabajo se ha desarrollado un “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías de muñecas en tela kiana y demás objetos de adorno en la parroquia de Alpachaca, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”, el mismo consta de siete capítulos que se resumen a continuación:

En el Capítulo I, se desarrolló un diagnóstico situacional mediante un análisis de la situación geográfica, demográfica y de la producción de artesanías que tiene el cantón y con ello realizar un análisis AOOR determinando, cuáles son las bondades y problemas que tiene el proyecto.

En el Capítulo II Para armar las bases teóricas se realizó a través de un estudio documental y bibliográfico tanto en libros, revistas, internet.

En el Capítulo III El Estudio de mercado fue ejecutado mediante un planteamiento adecuado de la matriz de operación de variables, se realizó encuestas a la muestra de la población en estudio para obtener la factibilidad de las muñecas de tela kiana, un análisis de la demanda y la oferta de las artesanías, conocer el precio accesible, canales de comercialización.

En el Capítulo IV El Estudio Técnico fue desarrollado mediante visitas al Municipio para obtener información relevante para realizar el análisis de micro y macro localización del proyecto.

En el Capítulo V se presenta el Estudio Financiero en el que se identificó costos, gastos y la inversión que el proyecto requiere para su ejecución y recuperación, al igual que se realizó el estado de situación inicial, de resultados y el flujo de efectivo necesarios para determinar la rentabilidad del proyecto y así poder determinar desde el punto de vista financiero, la factibilidad del mismo.

En el Capítulo VI se presenta la estructura organizacional funcional de la microempresa estableciendo valores, principios, todos los requerimientos administrativos que requiere la nueva microempresa.

En el Capítulo VII los impactos fueron analizados de acuerdo a los resultados encontrados en los diferentes estudios y de acuerdo a la población en estudio.

Se termina la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose que el documento reúne las normas técnicas y metodológicas de cómo se implementarán las políticas y estrategias que en él se diseñan.

ÍNDICE CONTENIDOS

	Página
PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
EJECUTIVE RESUME.....	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE CONTENIDOS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XVIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XX
INTRODUCCIÓN.....	XXI

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.....	25
Objetivos	26
General.....	26
Específicos	26
Variables e Indicadores	26
Variables	26
Indicadores	26
Matriz de Relación	27
Análisis de Variables Diagnósticas	28
Antecedentes Históricos	28
Aspectos Geográficos.....	29
Aspectos Socio – Económicos.....	31
Aspectos Demográficos	31
Aspectos Cultural y Turístico	32
Aspecto Artesanal de los Diferentes Sectores del Cantón	35
Análisis del Diagnóstico Situacional Externo.....	36
Matriz AOOR	36
Aliados.....	36
Oponentes	36
Oportunidad.....	37
Riesgos	37
Cruce estratégico.....	37
Identificación del Problema Diagnóstico	40

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

MICROEMPRESA	41
Definición.....	41
Base Legal.....	42
Clasificación de la microempresa en Imbabura por actividades	44
ARTESANÍAS.....	45
Definición.....	45
Artesanía y cultura.....	45
El producto artesanal.....	46
Características socioeconómicas de la unidad productiva artesanal.....	46
ESTUDIO DE MERCADO.....	46
Mercado	47
Mercado meta.....	47
Segmento de mercado.....	48
Producto	48
Precio	49
Oferta	49
Demanda.....	50
Demanda insatisfecha	50
Comercialización	51
Estudio Técnico	51
Tamaño del proyecto.....	52
Macro localización	52
Micro localización	53
Presupuesto técnico	53
Flujograma.....	54
Estudio Financiero	55
Ingresos.....	55
Egresos	55
Materia Prima	55
Mano de Obra.....	56
Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....	56
Gastos Administrativos	56
Gastos de Ventas	57
Costo de Oportunidad.....	57
Balance General	57
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	57
Flujo de Caja	58
Evaluación Financiera	58
Propuesta de la Estructura Orgánica Funcional.....	60
Misión	60
Visión.....	60
Valores	61

Estructura Orgánica.....	61
Organigrama Estructural.....	61
Organigrama Funcional	61
Impactos.....	62

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación.....	63
Objetivos	63
Objetivo General.....	63
Objetivos Específicos	64
Identificación de la población.....	64
Determinación del tamaño de la muestra.....	65
Fórmula para el cálculo de la muestra	65
Aplicación de la fórmula muestra	65
Diseño de instrumentos de investigación.....	65
Evaluación de la información	66
Productos	79
Descripción del producto	79
Productos	79
Mercado	80
Mercado Meta.....	80
Segmento de Mercado.....	81
Análisis y Proyección de la Demanda	81
Análisis de la Demanda	81
Proyección de la Demanda.....	84
Análisis de la oferta	85
Balance oferta y demanda total de muñecas y llaveros	85
Participación del proyecto.....	86
Análisis de precios.....	87
Análisis de comercialización	87
Canales utilizados.....	88
Conclusiones	91

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del proyecto	93
Mercado	93
Disponibilidad de Materia Prima	93
Localización del proyecto.....	95
Macro localización	96
Micro localización	97
Ingeniería del proyecto	100

Determinación del flujo del proceso productivo	100
Explicación de Procesos.....	102
Maquinaria.....	104
Obras civiles	106
Diseño de instalaciones.....	106
Presupuesto técnico	108
Terreno.....	108
Edificio.....	108
Requerimiento de equipo de oficina	109
Requerimiento de maquinaria.....	109
Requerimiento de muebles y enseres.....	109
Requerimiento de equipo de computación.....	111
Materia prima.....	111
Cálculo Inversión Fija	113
Cálculo Inversión Diferida	114
Capital de Trabajo	114
Inversión Total del Proyecto	115
Inversión.....	115
Talento humano.....	116

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Determinación de ingresos proyectados	117
Determinación de egresos	117
Materia prima.....	117
Mano de obra directa.....	120
Costos indirectos de fabricación	122
Gastos administrativos.....	123
Sueldos al personal administrativo	123
Suministros y materiales de oficina.....	124
Servicios Básicos.....	124
Gastos de ventas.....	125
Tabla de amortización del préstamo	125
Depreciación de activos fijos	125
Estado de situación inicial.....	126
Estado de pérdidas y ganancias	126
Flujo de caja	127
Evaluación financiera.....	127
Costo de oportunidad	128
Cálculo del valor actual neto (VAN)	128
Cálculo de la tasa interna de retorno	129
Relación costo – beneficio	130

Relación ingresos - egresos	131
Periodo de recuperación.....	132
Punto de equilibrio	133

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGÁNICA

Análisis interno de la microempresa	135
Ente Jurídico.....	136
Permisos de Funcionamiento.....	136
Misión.....	136
Visión.....	136
Objetivos micro empresariales.....	137
Principios y valores micro empresariales	137
Principios.....	137
Valores	138
Estructura Orgánica de la Microempresa	138
Organigrama Estructural de la microempresa	138
Política de calidad.....	139
Niveles Administrativos.....	139
Orgánico funcional de micro empresa.....	140
Manual de funciones.....	140
Formas de Contratación	145

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

Impacto Social	148
Impacto Económico	150
Impacto Turístico – Cultural	152
Impacto Productivo	154
Impactos Generales.....	155
CONCLUSIONES.....	157
RECOMENDACIONES.....	159
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	161
ANEXOS	164

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1 Matriz de relación.....	27
Tabla 2 Artesanías de Ibarra.....	35
Tabla 3 Población de turistas.....	64
Tabla 4 Aceptación de muñecas y llaveros.....	66
Tabla 5 Preferencia de producto	67
Tabla 6 Cantidad demandada de muñecas	68
Tabla 7 Cantidad demandada de llaveros.....	69
Tabla 8 Precio de muñecas.....	70
Tabla 9 Precio de llaveros	71
Tabla 10 Lugar donde preferirían encontrar las artesanías	72
Tabla 11 Lugar donde adquiere las artesanías.....	73
Tabla 12 Frecuencia de adquisición	74
Tabla 13 Motivo de la adquisición	75
Tabla 14 Poder adquisitivo	76
Tabla 15 Edades	77
Tabla 16 Género.....	78
Tabla 17 Presentación de muñecas.....	79
Tabla 18 Presentación de llaveros	80
Tabla 19 Demanda de muñecas.....	82
Tabla 20 Demanda de llaveros	83
Tabla 21 Proyección demanda muñecas.....	84
Tabla 22 proyección demanda llaveros	84
Tabla 23 Demanda muñecas	85
Tabla 24 Demanda llaveros.....	85
Tabla 25 Participación del proyecto	86
Tabla 26 Proyección de precios a aplicar	87
Tabla 27 Capacidad de producción anual de muñecas	94
Tabla 28 Capacidad de producción anual de llaveros	95
Tabla 29 Matriz Macro localización	97
Tabla 30 Matriz micro localización	98
Tabla 31 Terreno	108
Tabla 32 Edificio	108
Tabla 33 Equipo de oficina	109
Tabla 34 Maquinaria	109
Tabla 35 Muebles y enseres	109
Tabla 36 Equipo de computación	111
Tabla 37 Materia prima muñecas	112

Tabla 38 Materia prima llaveros	113
Tabla 39 Inversión fija	113
Tabla 40 Inversión diferida	114
Tabla 41 Capital de trabajo.....	114
Tabla 42 Inversión del proyecto.....	115
Tabla 43 Inversión.....	115
Tabla 44 Talento humano	116
Tabla 45 Cálculo de los ingresos.....	117
Tabla 46 Materia prima directa muñecas	117
Tabla 47 Materia prima directa llaveros.....	119
Tabla 48 Total costos de materia prima directa	120
Tabla 49 Datos históricos del salario mínimo en Ecuador.....	120
Tabla 50 Proyección de sueldos.....	121
Tabla 51 Cálculo de obligaciones patronales.....	121
Tabla 52 Costos directos de producción	121
Tabla 53 Costos materia prima indirecta.....	122
Tabla 54 Resumen costos indirectos de producción	122
Tabla 55 Resumen de Costos de producción.....	123
Tabla 56 Proyección de los sueldos del Personal Administrativo	123
Tabla 57 Calculo de las obligaciones patronales.....	123
Tabla 58 Proyección de los suministros de oficina	124
Tabla 59 Proyección Servicios Básicos.....	124
Tabla 60 Resumen de Gastos Administrativos	124
Tabla 61 Proyección de gastos de ventas	125
Tabla 62 Tabla de amortización.....	125
Tabla 63 Tabla de depreciación	125
Tabla 64 Estado de situación inicial	126
Tabla 65 Estado de pérdidas y ganancias	126
Tabla 66 Estado de flujo de efectivo	127
Tabla 67 Tasa de redescuento	128
Tabla 68 Cálculo del VAN.....	129
Tabla 69 TIR	129
Tabla 70 Relación ingresos – egresos.....	131
Tabla 71 Tiempo de recuperación de la inversión	132
Tabla 72 Punto de equilibrio.....	133
Tabla 73 Tabla de valorización de impactos.....	147
Tabla 74 Matriz de Impacto Social	148
Tabla 75 Matriz de Impacto Económico	150
Tabla 76 Matriz de Impacto Turístico - Cultural	152
Tabla 77 Matriz de Impacto Productivo	154
Tabla 78 Matriz de Impactos Generales.....	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gràfico 1 Localizaciòn Geogràfica	30
Gràfico 2 Aceptaciòn de muñecas y llaveros	70
Gràfico 3 Preferencia de producto	71
Gràfico 4 Demanda Muñecas	72
Gràfico 5 Demanda llaveros.....	73
Gràfico 6 Precio muñecas.....	74
Gràfico 7 Precio llaveros.....	75
Gràfico 8 Lugar de adquisiciòn	76
Gràfico 9 Adquisciciòn actual.....	77
Gràfico 10 Frecuencia.....	78
Gràfico 11 Motivo de adquisiciòn	79
Gràfico 12 Poder adquisitivo	80
Gràfico 13 Edad.....	81
Gràfico 14 Gènero	82
Gràfico 15 Canal de comercializaciòn	94
Gràfico 16 Catalogo.....	95
Gràfico 17 Publicidad.....	96
Gràfico 18 Macrolocalizaciòn	100
Gràfico 19 Microlocalizaciòn	104
Gràfico 20 Maquina Recta	108
Gràfico 21 Maquina Overlock.....	109
Gràfico 22 Maquina Recubridora	109
Gràfico 23 Diseño de instalaciones.....	111
Gràfico 24 Logo y slogan	153
Gràfico 25 Organigrama estructural	156

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En un país como el Ecuador, que está abriéndose a la mediana y grande industria, el artesanado reviste aún notable importancia y da trabajo a unas 200.000 familias. Imbabura provincia del Ecuador en la cual hay Industrias y artesanías textiles y orfebres. Atuntaqui el cual realiza actividad textil. Otavalo es también la sede de un antiquísimo mercado donde se puede encontrar una variedad casi increíble de productos, desde los ponchos hasta utensilios domésticos. Cotacachi caracterizado por sus diversos productos como carteras, chompas de cuero, entre otras. San Antonio el cual se caracteriza por sus tallados en madera, y su decoración en pintura manual.

Las artesanías, son obras realizadas a mano con poca o casi ninguna intervención de maquinaria. Son objetos decorativos o de uso común. Cada país, región o pueblo se caracteriza por tener una artesanía típica del lugar.

La Parroquia de Alpachaca está ubicada en el sector occidental de la Ciudad Blanca, cuya población asciende a 15000 personas aproximadamente, la cual se encuentra rodeada de un paisaje natural incomparable, gente cordial, y emprendedora.

Su principal problema es la falta de inversión en el sector lo que ocasiona sea vulnerable económica, social, cultural y productivo. Pese a esto, existe un emprendimiento para crear una microempresa dedicada a la elaboración de muñecas de tela kiana, y demás objetos de adorno como llaveros.

La elaboración de artesanías y muñecas de tela comienza con la iniciativa de mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector y con la visión de ser fuente generadora de empleo, además ofrecer un producto cultural, artesanal, turístico y con acabados hecho con mano de obra del sector, además la idea es pasmar en los productos una imagen que identifique lo que fuimos, lo que somos y seremos como pueblo, sus legados y tradiciones.

El proyecto consiste en crear una microempresa para la producción de muñecas y objetos de adorno como llaveros que identifiquen la cultura de los pueblos, lo cual ayudará a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías de muñecas en tela kiana y demás objetos de adorno en la Parroquia de Alpachaca, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional externo con el fin de analizar las características del entorno a fin de detallar las variables como: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que sustentaran al proyecto.

- Establecer las bases teóricas que sustenten al proyecto mediante un estudio documental y bibliográfico.
- Realizar un estudio de mercado mediante el cual se pueda establecer la oferta, la demanda, precio, análisis de competencia y la pre factibilidad del proyecto de muñecas en tela kiana y demás objetos de adorno.
- Realizar un estudio técnico para el presente proyecto lo cual permita determinar sus capacidades operativas.
- Realizar una evaluación económica financiera que permita determinar el monto óptimo de inversión así como la rentabilidad que generará el proyecto de producción y comercialización de muñecas y demás objetos de adorno como llaveros.
- Determinar la estructura organizativa y funcional de la microempresa dedicada a la comercialización de muñecas de tela kiana y demás objetos de adorno.
- Establecer los impactos que generará la creación de la microempresa en los aspectos socioeconómico, turístico -cultural y productivo.

JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías de muñecas en tela kiana y demás objetos de adorno en la parroquia de Alpachaca es de gran importancia ya que aportará con la generación de empleo, factor muy escaso en la zona, puesto que la población es su gran mayoría es de

escasos recursos y las familias son incompletas ya que han optado por migrar a otros países.

Ante esta situación es importante implementar la microempresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías de muñecas en tela kiana y demás objetos de adorno como llaveros a fin de coadyuvar hacia una mejor organización socioeconómico y aprovechar las habilidades de los habitantes de este sector, en la actualidad la venta de artesanías se ha convertido en una de las mejores formas de sobrevivir ya que son muy cotizadas por los turistas tanto nacionales como internacionales.

Los beneficiarios directos de este proyecto es la microempresa ya que ganará reconocimiento y prestigio en el mercado con el producto a ofrecer, además serán beneficiarias indirectamente muchas familias del sector las cuales podrán mejorar la calidad de vida.

Este proyecto ayudará a aumentar las ventas, posicionarse en el mercado y conseguir ser reconocidos por una marca que identifique el lugar de donde surgen, y algo importante también lograr que la población realice más proyectos de inversión, lo cual sería beneficioso para los habitantes.

Esta inversión será fructífera ya que solucionara muchos problemas en la comunidad y realizar esta inversión ayudará a muchas personas y el tiempo que se dedique a esta investigación vale la pena ya que los resultados van a ser de gran satisfacción.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

En un país como el Ecuador, que está abriéndose a la mediana y grande empresa, el artesanado reviste aún notable importancia y da trabajo a unas 200.000 familias. Por lo tanto las artesanías han jugado un papel primordial en el convivir socioeconómico desde hace mucho tiempo atrás.

Imbabura, como pocas Provincias de la Patria, ha fomentado el desarrollo de las artesanías; la producción de tallados, esculturas, tejidos, trabajos de cuero que tienen amplia demanda en los mercados de América y Europa.

Los telares de Otavalo, en superación constante, producen nuevos y variados diseños con motivo de nuestro folklore y existe una corriente positiva de comercialización que beneficia directa e indirectamente a un amplio sector de la Provincia.

En San Antonio se han organizado galerías con exhibiciones permanentes con su producto especial los tallados y escultura en madera.

Las artesanías de cuero de Cotacachi, los bordados a mano de acabado perfecto de Santa María de la Esperanza, Zuleta y los trabajos de Natabuela, entre otras creaciones que enriquecen la producción de este pueblo laborioso y emprendedor.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional externo con el fin de analizar las características del entorno a fin de detallar las variables como: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que sustentaran al proyecto.

1.2.2 Específicos

- a. Determinar los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.
- b. Conocer la situación geográfica de la ciudad de Ibarra.
- c. Establecer la realidad socio-económica de la población de la ciudad de Ibarra.
- d. Evidenciar la situación demográfica de la ciudad de Ibarra.
- e. Identificar la situación turístico-cultural de la ciudad de Ibarra.
- f. Comprobar la situación artesanal en la ciudad de Ibarra.

1.3 Variables e Indicadores

1.3.1 Variables

- a. Historia
- b. Geográfica
- c. Socio-económico
- d. Demográfico
- e. Turística-cultural
- f. Artesanal

1.3.2 Indicadores

- a. Datos Históricos
- b. Información Geográfica
- c. Información Socio-económica

- d. Datos demográficos
- e. Información turística y cultural
- f. Información de artesanías de los diferentes sectores del cantón
- g. Situación artesanal en Alpachaca

1.4 Matriz de Relación

Tabla 1 Matriz de relación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	FUENTE
Determinar los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.	Historia	Datos históricos	Secundaria	Municipio de Ibarra
Conocer la situación geográfica de la ciudad de Ibarra.	Geográfica	Información geográficas	Secundaria	Municipio de Ibarra
Establecer la realidad socio-económica de la población de la ciudad de Ibarra.	Socio-económica	Información socio – económica	Secundaria	Municipio de Ibarra
Evidenciar la situación demográfica de la ciudad de Ibarra.	Demográfica	Datos demográficos	Secundaria	Municipio de Ibarra
Identificar la situación cultural, de la ciudad de Ibarra.	Turística-Cultural	Información turística y cultural	Secundaria	Ministerio de cultura Ministerio de turismo
Determinar la realidad artesanal en la ciudad de Ibarra.	Artesanal	Información artesanal de los diferentes sectores del cantón	Secundaria Primaria	Municipio de Ibarra Ministerio de turismo Ministerio de cultura Artesanos del sector Artesanos Alpachaca

Elaborado por: La autora

1.5 Análisis de Variables Diagnósticas

Con el fin de efectuar el presente diagnóstico situacional, se investigó cada una de las variables propuestas. Las variables están sustentadas con sus respectivos indicadores, los mismos que permiten medir la situación actual de la ciudad. Toda la información fue investigada principalmente en fuentes secundarias, Internet y también se realizó una observación directa en la zona objeto de estudio donde se ubicará el proyecto.

1.5.1 Antecedentes Históricos

Ibarra fue fundada sobre el valle de Carangue (tierra de las arañas) por los españoles hace 407 años, se explica por varias razones, es un solar hermoso, de vistas magnificas y de tierra fértil, capaz de producir de todo. Un vergel donde desde antes de su fundación colonial ya tenía consideración e importancia para los pueblos ancestrales, ya que es no solamente la cuna del último emperador del Tahuantinsuyo sino el punto nodal del comercio de los señoríos étnicos.

Quien llegue a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y paisajes ensoñadores podrá, recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas, cascadas, cerros y deleitar su paladar con su deliciosa comida tradicional.

Ibarra se caracteriza no sólo por su centro urbano rico en arquitectura colonial, sino también por las 5 parroquias que componen en cantón en las que se pueden realizar diversas actividades: San Francisco, El Sagrario, Alpachaca, Caranqui y Priorato que componen el área urbana.

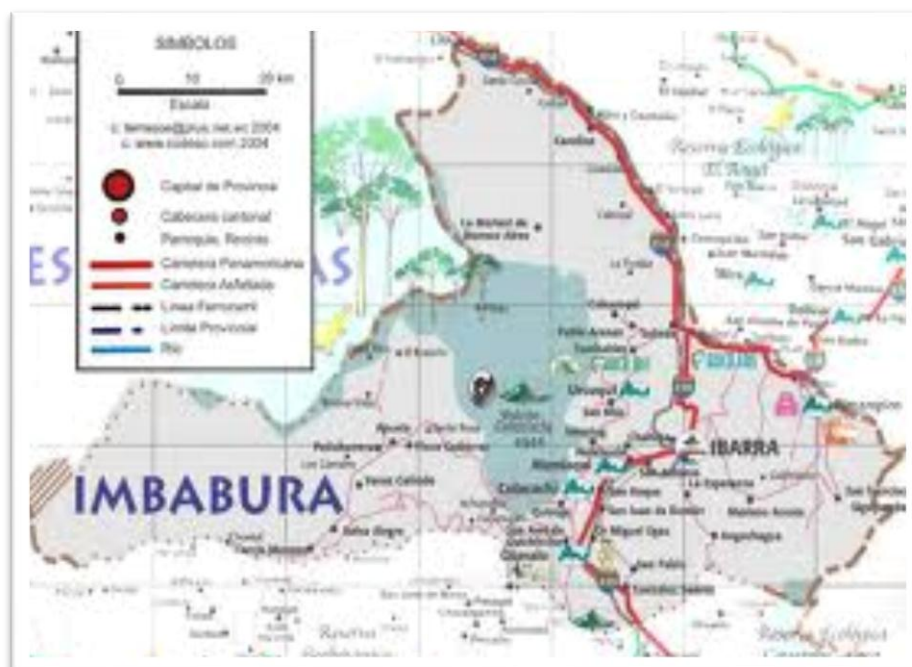
1.5.2 Aspectos Geográficos

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

Gráfico 1

Localización geográfica



Fuente: www.google.com

Elaborado por: La autora

A más de la principal vía la Panamericana el Cantón Ibarra cuenta con otras vías secundarias de camino empedrado que conecta Ibarra con Zuleta y la carretera asfaltada que conecta Ibarra con San Lorenzo y el destino turístico Las Peñas. En relación al acceso a las parroquias las vías son en su mayoría secundarias y su estado de conservación varía de acuerdo a la época del año y su mantenimiento, siendo el promedio buenas.

La localización geográfica del territorio cantonal es estratégico a nivel provincial debido a la corta distancia entre Ibarra y los cantones de la provincia de Imbabura, a su vez la cercanía con la frontera con Colombia, el acceso a los puertos marítimos de Esmeraldas y San Lorenzo en la provincia de Esmeraldas, la conexión con la provincia de Sucumbíos y el centro sur del Ecuador desde la provincia de Pichincha. Permiten tener una ubicación privilegiada que ha desarrollado una relación próxima de intercambio comercial, poblacional y de servicios con los territorios aledaños al cantón.

A nivel biofísico, el territorio presenta varias potencialidades, entre ellas la diversidad de pisos altitudinales y relieves que han permitido desarrollar una multiplicidad de actividades agroproductivas. El sistema hídrico del cantón Ibarra está constituido por el río Chota y Mira con sus afluentes por la margen derecha el Tahuando y el Ambi, y por la margen izquierda el río Blanco y el Lita. La zona de Salinas esta irrigada por el río Ambi que tiene los afluentes el Tahuando, el Blanco y el Chorlaví.

1.5.3 Aspectos Socio – Económicos

El uso y ocupación del suelo, ha permitido generar varias actividades económicas que la población desempeña en el territorio. De acuerdo al último censo realizado en el 2010 por el INEC, el 58% de la PEA cantón se dedica a las actividades relacionadas con la prestación de servicios y el comercio, el 19% desarrollan actividades de transformación, el 11% se dedica a actividades agropecuarias, especialmente en las parroquias rurales.

La situación económica de la población en el Cantón presenta varias brechas entre el sector urbano y rural, lo cual ha generado en muchos de los casos desplazamiento de la población hacia el área urbana principalmente. La pobreza por consumo y las necesidades básicas insatisfechas especialmente en las parroquias rurales sobrepasa el 56%, lo que demuestra que un alto porcentaje de la población no tiene suficientes recursos económicos para acceder a la compra de la canasta básica.

La estructura territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra presenta niveles de organización, de acuerdo al COOTAD (Código Orgánico de Ordenamiento Territorial) y reconocidos por el Municipio: Cabecera Cantonal, Cabeceras Parroquiales, Poblaciones Rurales.

1.5.4 Aspectos Demográficos

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.

Es importante destacar que el 36% de la superficie urbana son lotes vacantes que al momento son especulativos. Esto genera otras distorsiones si consideramos que el 95% de las viviendas de la cabecera cantonal cuentan con el servicio de agua potable y recolección de basura, el 92% cuentan con alcantarillado, esto implica que existe una sub utilización de servicios.

En el área urbana se concentran 23 centros de salud del sector público y privado. Dos de los cuales son hospitales que ofrecen servicios más especializados (Hospital San Vicente de Paúl y Hospital del IESS), considerados hospitales regionales.

A nivel cantonal tanto urbano como rural existe una cobertura de 858,47 km. De vías, el 19,3% de las vías se encuentran asfaltadas, localizadas en el eje vial de la Panamericana Norte.

La existencia de la red vial ha permitido que se desarrollen los vínculos comerciales, de transporte y movilidad de la población, de tal manera la infraestructura vial ha sido factor determinante para que exista una conectividad e intercambio de productos entre todas las parroquias rurales y urbanas del Cantón.

1.5.5 Aspectos Cultural y Turístico

La cultura se constituye como sector estratégico cuando en un espacio territorial como Ibarra, conviven grupos con características sociales propias y diferenciadas. La cultura Ibarreña es la simbiosis de cuatro culturas, afros descendientes, indígenas, mestizos y blancos.

El cantón presenta una multiétnicidad considerada como potencialidad ya que poseen una diversidad de lenguas, culturas y cosmovisiones, donde predominan los mestizos que representan el 53%, seguido por los indígenas con el 24%, afro ecuatorianos que constituyen el 16%, blancos 4% y no detallados el 0.11%.

La diversidad cultural y natural han determinado la existencia del patrimonio natural y cultural del cantón y por ende se han desarrollado sitios de interés turístico, entre estos se encuentran:

Zonas arqueológicas.- Caranqui, El Sagrario y La Esperanza.

La evidencia física más importante de la presencia Inca en la serranía ecuatoriana, es el desenterramiento del TEMPLO DEL SOL en la parroquia de Caranqui, esto es el Inca Huasi o Baño del Inca.

INCA HUASI o cas real del Inca Atahualpa, es un sitio histórico único a nivel nacional que consta de varios muros prehispánicos.

Venta de artesanías.- San Antonio madera, La Esperanza y Angochagua bordados entre otros.

Yahuarcocha Situada exactamente a cuatro kilómetros de la ciudad de Ibarra, este sitio paradisíaco, nos permite practicar deportes acuáticos, parapente y tándem; siendo estos deportes con los cuales podrás descargar la adrenalina exacta para las emociones en medio de una diversión inigualable

Estación de trenes.- San Antonio, San Francisco, Salinas, Lita. Con un tramo Ibarra – Salinas, la experiencia que la regional norte ofrece es compartir la cultura afro de la zona de Salinas, con un clima cálido, la excursión incluye la visita al Museo de Sal

Venta de comidas en todas las parroquias del cantón que ofrecen una diversidad culinaria determinada por las características de la población. Ibarra es afortunado de tener a la orden del día todos estos manjares y poderlos disfrutar a cualquier hora del día.

Las manifestaciones culturales son una de las riquezas más importantes, desde los primeros habitantes forjaron su forma de vida y exploraron nuevos territorios, hemos sido testigos de la capacidad creadora y creativa del hombre. La cultura implica arte, música danza, escultura y la ciudad Blanca posee innumerables riquezas culturales para el deleite de propios y visitantes.

La cultura y el servicio cultural han progresado a paso agigantados en Ibarra, esto se debe a que muchas instituciones, los departamentos de cultura de entidades públicas y fundaciones ayudan a difundir las actividades culturales dentro y fuera de la ciudad. Los Martes son culturales en la Casa de la Cultura pueden disfrutar de lo mejor de la música, obras de teatro o danza, Miércoles de cine, Jueves conferencias, Viernes estudiantiles con obras para jóvenes y niños.

Debido a la riqueza natural del cantón se puede realizar una variedad de actividades recreacionales: caminatas, visitas a cascadas, lagunas, museos, excursiones.

La belleza escénica natural y cultural se pone de manifiesto en sus lagos, lagunas, montañas, ríos, artesanía, grupos étnicos, música, danza y gastronomía, todo esto conjugado con la amabilidad de su gente y el mejor clima del Ecuador. La iniciativa de varias personas ha permitido el desarrollo de nuevas alternativas de servicios turísticos y forma de realizar el turismo, es así que el turismo comunitario, el turismo de hacienda, el

turismo ecológico, el turismo de aventura, el turismo cultural, el turismo gastronómico, son productos que siempre existieron y que invitamos a disfrutar y explotar detalladamente. En Ibarra sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “ciudades turísticas” del Ecuador.

La ciudad de Ibarra, cuenta con una oferta turística diferente, oferta administrada en su mayoría por las comunidades que lo habitan. Estas comunidades se esfuerzan por implementar un turismo respetuoso de las culturas y los ecosistemas, se luchan, por hacerse visibles, vincularse a los mercados y crear sistemas de operación turística basados en la construcción de alianzas.

1.5.6 Aspecto Artesanal de los Diferentes Sectores del Cantón

El cantón Ibarra posee diversidad de artesanías las cuales dan realce a las diferentes parroquias como:

Tabla 2 Artesanías de Ibarra

PARROQUIAS	ARTESANIAS
AMBUQUI	Elaboración de artesanías de barro con raíces africanas, venta de curiosas máscaras que plasman la música bomba.
SALINAS	Artesanías elaboradas en papel reciclado como: tarjetas y coloridos empaques, serigrafía e imprenta Artesanías elaboradas en resina como: trenes, marcos para espejos, ángeles, entre otros.
ANGOCHAGUA	Bordados a mano Tejidos con lana de alpaca

LA EZPERANZA	Artesanía en talabartería Artesanía bordados y talabartería
SAN ANTONIO	Artesanía en madera, torneados, bordados, bisutería Blusas, pantalones, vestidos, bolsos
EL SAGRARIO	Artesanía en totora
CARANQUI	Trabajos artesanales para decoración

Elaborado por: La autora

La Municipalidad de Ibarra está abriendo nuevos espacios para ofertar los productos turísticos y artesanales de la localidad con la finalidad de crear un espacio de comercialización en el que los grupos organizados que brindan un servicio turístico se acerquen al público y potenciales clientes para dar a conocer su oferta realizando ferias de emprendimientos turísticos y artesanales en la Plazoleta Francisco Calderón.

1.6 Análisis del Diagnóstico Situacional Externo

1.6.1 Matriz AOOR

1.6.2 Aliados

- a. Producto de Calidad
- b. Competencia mínima el mercado local
- c. Condiciones geográficas y demográficas adecuadas
- d. Mano de obra disponible
- e. Nueva alternativa de ingresos

1.6.3 Oponentes

- a. Comercialización vía intermediarios
- b. Administración deficiente

- c. Escasa publicidad

1.6.4 Oportunidad

- a. Fuentes de financiamiento y ayuda por parte del gobierno (ministerio de cultura y turismo)
- b. Mercados nacionales e internacionales disponibles
- c. Medios de transportes variados y frecuentes
- d. La ferias artesanales
- e. Tradición y cultura
- f. Promoción turística del ministerio de turismo
- g. Tecnología
- h. Variedad de canales de comunicación

1.6.5 Riesgos

- a. Inestable economía del país
- b. Migración de los habitantes
- c. La delincuencia

1.7 Cruce estratégico

1.7.1 Oportunidad vs Aliados

- a. Aprovechar los productos de calidad y la nueva tecnología para lograr entrar en mercados nacionales e internacionales.
- b. Utilizar la mano de obra disponible para tener mayor productividad y conseguir financiamiento.
- c. Mejorar los ingresos de los habitantes del sector participando en todas las ferias para dar a conocer el producto.
- d. Aprovechar las condiciones geográficas y demográficas para promocionar el producto promoviendo así lo cultural y lo tradicional.

- e. Aprovechar la promoción turística que realiza el municipio gracias a las condiciones demográficas y geográficas que tiene el cantón.
- f. Aprovechar la baja competencia entregando los productos a tiempo gracias a los medios de transportes variados y frecuentes.

1.7.2 Aliado VS Riesgos

- a. Aprovechar la nueva alternativa de ingresos de crear la microempresa para contrarrestar la economía inestable creando plazas de empleo.
- b. Al ser una alternativa de ingresos para las familias del sector evitara el desvío a actos delictivos.
- c. Con la baja competencia se podrá realizar ventas mayores y con ello se podrá incrementar plazas de trabajo para evitar que la población salga del país.
- d. Con la mano de obra disponible demostrar a la sociedad que la población del sector es altamente productiva y con ello evitar que la sociedad discrimine a sus habitantes solo por el lugar donde viven.

1.7.3 Oponente Vs Oportunidades

- a. Lograr introducirse en mercados nacionales e internacionales adecuados llegando al consumidor final se evitara la venta se puede evitar que las artesanías sea vendidas por intermediarios.
- b. Obteniendo un financiamiento se mejorará las instalaciones para la producción de artesanías.
- c. Para mejorar la administración deficiente de la microempresa se puede aprovechar la nueva tecnología para tener mejores controles.

- d. Con la variedad de canales de comunicación lograremos mejorar la falta de marketing y publicidad de los diferentes productos.
- e. Aprovechar la innovación tecnológica mediante la adquisición de maquinarias y con ello ser competitivos evitando la venta por intermediarios.

1.7.4 Oponente Vs Riesgos

- a. Buscar financiamiento ante los organismos que ayudan a la microempresa y con ello solventar los gastos de construcción de infraestructura que contribuirá al proceso de producción de las artesanías.
- b. El crear una microempresa ayudara a mejorar la economía del sector, dotando de empleo y evitando migraciones.
- c. Aprovechar las condiciones gráficas y demográficas para que los turistas visiten al sector y con ello evitar la discriminación y dar a conocer a la población que las personas del sector son impulsadoras, trabajadoras y luchan por mejorar la calidad de vida.
- d. Realizar una campaña publicitaria y con ello dar a conocer el producto y aumentar las ventas para ayudar a mejorar la inestable economía del país.
- e. Con los conocimientos adquiridos se propone realizar una administración profesional a la microempresa.

1.8 Identificación del Problema Diagnóstico

Luego de la elaboración del diagnóstico situacional y diagnóstico externo se determinó que el problema de mayor incidencia en el proyecto es la venta de los productos por intermediarios, y que tenemos una sociedad discriminatoria.

Por otro lado existen características gráficas, demográficas y una población artesanal Ibarreña variada que ayudan a que este proyecto pueda ser elaborado, se puede rescatar la cultura, el turismo y mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector, la población del cantón en su mayoría se dedica a la elaboración de algún tipo de artesanía.

Por lo tanto el presente proyecto propone crear una microempresa y con ello aprovechar las oportunidades que existen para contrarrestar las deficiencias encontradas en el presente diagnóstico; como introducir el producto a nuevos mercados, contratar a un profesional que ayude a un adecuado control de recursos materiales y financieros, además acceder a créditos de bajo interés que ofrece el gobierno para la creación de microempresas, al igual que se creara un departamento de ventas que ayude a mejorar la comercialización y a esto complementar con una campaña publicitaria que ayude a la población a conocer el tipo de producto que ofrece la microempresa y ayudar a que la sociedad identifique a la población del sector como trabajadora mas no que solo es influida por la delincuencia..

Por todo esto es necesario realizar el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESA

2.1.1 Definición

MONTEROS, Edgar (2005:15) manifiesta: *“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que operando de forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.*

AGUIRRE, C. Enriqueta (2006:17) explica: *“Microempresa la unidad económica operada por personas naturales, jurídica o de hecho, formales o informales, que tiene las siguientes características:*

Actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones textil, curo y calzado, electrónico – radio – tv, gráfico, químico plástico, materiales de construcción, maderero, profesionales, transporte, restaurante, cuidado de carreras y otros afines. Actividades de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores.

Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América, que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo. Actividades registradas en una organización gremial microempresa”

El propósito de este estudio es crear una microempresa por tanto es necesario conocer que: La microempresa es una asociación que opera de forma organizada por personas jurídicas o de hecho, con un capital de 20000 dólares y un número de trabajadores que no sobrepase de 10, constituye una fuente generadora de empleos y de ingresos.

2.1.2 Base Legal

a. Leyes y Reglamentos que Rigen a los Artesanos

- El sector cuenta con una Cámara Nacional de la Microempresa del Ecuador cuyos objetivos fundamentales son organizar y registrar las microempresas y a sus organizaciones gremiales del sector micro empresarial en todo el territorio nacional.
- Ley de Defensa del Artesano
- Ley de Fomento Artesanal
- El código del Trabajo especialmente en el capítulo III, título III que se denomina de los artesanos
- La normas del Seguro Social para la afiliación de los artesanos.
- Junta Nacional de Defensa y Desarrollo del Artesano (JNDDA)
- Código de comercio

b. Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa

En atención a la normatividad nacional vigente se identifican los siguientes requisitos:

- **El registro Único de Contribuyentes:** Documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.
- **Patente Municipal:** Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- **Seguro:** Son sujetos de afiliación al IESS todos los empleados privados y particulares para el cual deberá sacar el número patronal.
- **Licencia Sanitaria de venta:** Para productos alimenticios los productos micros empresariales y artesanales para que puedan distribuir sus productos

c. Requisitos para el Registro de una Microempresa

Según la Cámara Nacional de Microempresas:

- Microempresas Unipersonales:
 1. Formulario de afiliación
 2. Copia de cédula de ciudadanía
- Microempresas o Entidades Jurídicas
 1. Formulario de afiliación
 2. Copia de constitución y/o resolución del organismo público competente
 3. Copia de los nombramientos de los directivos
 4. Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes)

2.1.3 Clasificación de la microempresa en Imbabura por actividades

He tomado las más importantes para mí tema:

- a. **Alimenticio – Agroindustrial:** Este sector está constituido por restaurantes, fondas, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de alimentos.
- b. **Artesanial:** Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folklóricas de cada sector de la provincia.
- c. **Producción y Comercialización de Cuero y Calzado:** De este sector podemos decir se conforma con los microempresarios del Cantón de Cotacachi que en su mayoría elaboran y comercializan artículos de cuero como maletas, zapatos, portafolios, compas, carteras, bolsos, etc.
- d. **Metalmecánica:** está constituida por talleres donde transforman el hierro en productos terminados como puertas, ventanas, pasamanos, escritorios, entre otros.
- e. **Textiles y Confecciones:** Estas actividades predominan en los cantones de Otavalo y Atuntaqui, caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.
- f. **Gráficas e Impresiones:** actividad que realizan imprentas, tipografías, diseños estampados, copiadora.

2.2 ARTESANÍAS

2.2.1 Definición

PITAS, Edgar y MEIER, Peter (1985:51) explican: *“La artesanía como una forma de producción que combina las características de la unidad productiva con la forma de su inserción en la economía nacional”.*

<http://es.wikipedia.org/wiki/Artesanía> (2012) explica: *“Las artesanías, son obras realizadas a mano con poca o casi ninguna intervención de maquinaria. Son objetos decorativos o de uso común. Cada país, región o pueblo se caracteriza por tener una artesanía típica del lugar”.*

En resumen artesanías son obras elaboradas utilizando mano de obra, con poca o casi ninguna intervención de maquinaria, la cual se ha convertido en una forma de introducción en la economía del país.

2.2.2 Artesanía y cultura

PITAS, Edgar y MEIER, Peter (1985:53) El 25 de enero de 1535 se fundó el Convento San Francisco, donde comienzan a funcionar aulas y talleres para la enseñanza de bellas artes, impulsado por Fray Jodoco Ricke. Esta participación influyó decisivamente en la formación de la Escuela Quiteña de arte.

A pretexto de preservar nuestra cultura y fomentar el sentimiento nacionalista se pide a las comunidades campesinos y pueblos artesanales que se mantengan aislados de la peligrosa influencia del mercado y la civilización occidental. Por ello se dice que lo auténtico equivale a lo exótico, lo primitivo, lo que hacen los campesinos pobres que producen objetos baratos y lo ofrecen a las naciones subdesarrolladas.

2.2.3 El producto artesanal

PITAS, Edgar y MEIER, Peter (1985:57) Conserva características individuales y su calidad y volumen depende de la ingeniosidad y perseverancia del artesano más no del tipo o cantidad de máquinas que se utilizan.

2.2.4 Características socioeconómicas de la unidad productiva artesanal

- a. El artesano es el productor directo que cuenta con instrumentos de producción propios y Elabora objetos de manufactura o presta servicios.
- b. El dueño decide sobre el tipo, cantidad y calidad del producto.
- c. Dispone de pocas maquinarias y pocos trabajadores, son talleres familiares.
- d. El proceso productivo artesanal prevalece el factor trabajo, capital, manual.
- e. El maestro artesano participa directamente y activamente en el proceso físico de producción

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

KOTLER, BLOOM Y HAYES (2008:2) manifiestan, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".

Según MALHOTRA (2007:1) explica: estudio de mercado "es el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, planteo que: Es el proceso que permite la comercialización del producto, así como la determinación de la oferta y la demanda del producto que se va a promocionar a igual que sus proyecciones. Se trata de una recopilación estadística, análisis y proyección de información.

2.3.1 Mercado

STANTON, ETZEL Y WALKER (2007:2) definen: *mercado (para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"*

ALLAN L, Reid (2007:4) manifiesta: *"es un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea".*

De las citas anteriores resumo: El mercado es una institución social que establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. En el mercado, los vendedores y los compradores entablan una relación comercial para desarrollar transacciones, intercambios o acuerdos. Puede decirse que, más allá de un espacio físico, el mercado surge o se materializa en el momento en que los vendedores se relacionan con los compradores y se articula un mecanismo de oferta y demanda.

2.3.2 Mercado meta

KOTLER, Philip y AMSTRONG, Gary (2007:1) consideran: *un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir".*

STANTON, ETZEL Y WALKER (2007:2), definen: *el mercado meta como "el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing".*

Puedo concluir que: Es el mercado objetivo o target hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es el sector de la población al que está dirigido un bien.

2.3.3 Segmento de mercado

KOTLER, Philip y AMSTRONG, Gary (2007:1) define: como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing".

STANTON, ETZEL Y WALKER (2007:2), definen un segmento de mercado como "un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos".

Por lo tanto resumo que: Segmentar el mercado significa dividir al mercado por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, entre otros.

2.3.4 Producto

STANTON, ETZEL Y WALKER (2007:2) explica: Producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"

ROMERO, Ricardo (2008:4), explica: producto es "todo aquel bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad".

En base a las anteriores definiciones resumo: El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos

2.3.5 Precio

KOTLER, Philip y AMSTRONG, Gary (2007:2) explican: el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio".

ROMERO, Ricardo (2008:4), (2007:5) explica: el precio de un producto es el "importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto".

Puedo concluir: El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado, el mismo que se lo puede fijar de acuerdo a precios costos y gastos, oferta y demanda.

2.3.6 Oferta

FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2007:1) explican: la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado."

Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".

MANKIW, Gregory (2007:6) define: la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender".

Luego de las citas concluyo que oferta es la cantidad de unidades de un bien o un servicio que los oferentes están dispuestos a vender a un precio determinado.

2.3.7 Demanda

KOTLER, Philip Y CRUZ (2008:1) explican, la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".

FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2007:2) definen: la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

Luego de las definiciones concluyo que demanda son los posibles consumidores que están dispuestos a adquirir el producto o servicio.

2.3.8 Demanda insatisfecha

MENDIVE, Daniel Eber (2008:16) explica: "En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción. La brecha en la clase de satisfacciones, se presenta cuando los destinatarios pueden obtener satisfacción, solo por medio de un producto mejorado o un nuevo producto que corrija las deficiencias de los existentes; el vacío en el nivel de satisfacción tiene que ver con una situación donde los productos de que se dispone no pueden brindar el nivel, grado o satisfacción deseados".

De acuerdo a la cita: Se llama demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

2.3.9 Comercialización

CÓRDOBA, Marcial (2006:211) dice: *“Está determinada por la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de producto y factores diversos (legislación, convenios, tradiciones). En la distribución del producto se tiene en cuenta: posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos.”*

PELTON, STRUTTON, LUMPKIN (2007:56) explican: *“La comercialización es lo relativo al movimiento de los bienes y servicios entre productores y usuarios”.*

Para mayor precisión concluyo: La comercialización es la capacidad financiera del proyecto, en el cual influyen diversos factores como: ubicación del consumidor, tipo de producto, posición del mercado, área de influencia, entre otros, realizando movimientos de los bienes y servicios entre productores y usuarios.

2.4 Estudio Técnico

LÓPEZ, P. Elvira, y CANO, Adolfo (2009:1) explican: *“En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo”.*

En resumen este estudio se trata de desarrollar el conjunto de procedimientos de forma consistente, las personas, las alternativas que llevarán a la ejecución del proyecto para la satisfacción del medio en que se desarrolla.

2.4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto ¿hacia dónde va? Una micro, pequeña, mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y de su capacidad de inversión.

2.4.2 Macro localización

<http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/localizacion-proyecto> (2012) manifiesta: “Facilidades y costos del transporte. Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos -materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, etc. Localización del mercado. Disponibilidad, características topográficas y costo de los terrenos. Facilidades de distribución. Comunicaciones Condiciones de vida Leyes y reglamentos Clima Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo Actitud de la comunidad Zonas francas Condiciones sociales y culturales.

En conclusión la macro localización es análisis de condiciones físicas, climatológicas, geográficas, topográficas, reglamentarias entre otras que se realizara al lugar en el cual estará ubicada la microempresa.

2.4.3 Micro localización

<http://www.mailxmail.com/curso-formulacionproyectos/localización-proyecto> (2012) manifiesta:
“Localización urbana, o suburbana o rural Transporte del personal Policía y bomberos Costo de los terrenos Cercanía a carreteras Cercanía al aeropuerto Disponibilidad de vías férreas Cercanía al centro de la ciudad Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico) Tipo de drenajes Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras Disponibilidad de restaurantes Recolección de basuras y residuos Restricciones locales Impuestos Tamaño del sitio Forma del sitio Características topográficas del sitio Condiciones del suelo en el sitio”.

Luego de las citas puedo resumir: micro localización es determinar el lugar preciso de ubicación del proyecto, sus servicios, la disponibilidad de vías, recolección de basura, características topográficas del suelo que ayuden a una adecuada instalación del proyecto.

2.4.4 Presupuesto técnico

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, capital de trabajo.

a. Capital fijo

http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_fijo (2012) explica: “El capital fijo es parte del capital productivo que, participando por entero y reiteradamente en la producción de la mercancía, transfiere su valor por partes al nuevo producto, en el transcurso de varios períodos de producción, a medida que se va desgastando”.

http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_%28econom%C3%ADa%29 (2011) define: “El capital fijo es el que, constituido por inmuebles, instalaciones y maquinarias, se destina, con carácter permanente, a la producción”.

Se puede concluir que son los inmuebles, maquinaria e instalaciones que transfieren su valor por partes al nuevo producto a medida que se van desgastando.

b. Capital variable.

http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_%28econom%C3%ADa%29

(2011): Se llama variable porque, al ser el trabajo humano el único bien económico que crea más valor que su propio gasto, "varía" el valor del producto final, es decir, el valor de la fuerza de trabajo se "traslada" al valor del bien producido, pero además le suma a dicho valor un excedente llamado plus valor. Es una categoría exclusiva de la teoría del valor-trabajo.

En resumen capital variable es el que cambia dependiendo del volumen de producción que tenga la empresa.

c. Capital de trabajo

<http://www.mitecnologico.com/Main/CapitalDeTrabajo> (2011)

define: El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

Luego de las citas resumo: El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

2.4.5 Flujograma

GÓMEZ, Cejas Guillermo (2007:10) “El Flujo grama, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que

componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica”.

En resumen el flujograma o diagrama de flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

2.5 Estudio Financiero

<http://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>

(2011) define: “El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras”.

En resumen estudio financiero es un análisis de rentabilidad que permitirá conocer la el monto de la inversión y su recuperación.

2.5.1 Ingresos

Un ingreso es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de una empresa, lo cual es generado de las ventas q realiza la empresa.

2.5.2 Egresos

Se denomina egresos o gastos a la salida de dinero de una empresa u organización por las operaciones de consumo de bienes y servicios, para poder llevar a cabo sus operaciones y generar rentabilidad.

2.5.3 Materia Prima

ZAPATA Pedro (2007:10) manifiesta: “Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido

algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien.

En conclusión son los bienes que se encuentra en estado natural con el propósito de obtener un producto terminado.

2.5.4 Mano de Obra

VASCONES, José (2003:101) explica: *“La mano de obra es el aporte humano en la elaboración de un producto, es el esfuerzo físico o mental en la fabricación de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por utilizar recursos humanos”.*

En resumen es la fuerza de trabajo que actúa en la transformación de un producto por el cual se paga una remuneración.

2.5.5 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los Costos Indirectos de Fabricación son los materiales o suministros complementarios fundamentales para la fabricación pero no pueden ser medidos unitariamente sino de una manera total. Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

2.5.6 Gastos Administrativos

Es un conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por

regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento de la empresa.

2.5.7 Gastos de Ventas

Los gastos de venta son aquellos valores monetarios que se realizan en el proceso de vender los productos o servicios. Los gastos de venta se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquellos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo, los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

2.5.8 Costo de Oportunidad

<http://www.gerencie.com/costo-de-oportunidad.html> (2012)
define: El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado.

En conclusión costo oportunidad es el valor de la inversión que será utilizado para invertir en el proyecto.

2.5.9 Balance General

Es un Balance que presenta ordenadamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.

2.5.10 Estado de Pérdidas y Ganancias

Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y sus resultados finales. Ya sea de ganancia o de pérdida.

2.5.11 Flujo de Caja

Este estado se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.

2.5.12 Evaluación Financiera

a. Valor Actual Neto (VAN)

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva

Fórmula:

$$\text{VAN} = \text{FLUJO NETO} - \text{INVERSIÓN}$$

b. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que va el VAN=0.

Existen tres clases de TIR:

- Económica.- Cuando la inversión tiene solo aporte propio.
- Financiera.- Cuando la inversión es con financiamiento.
- Real.- Solo analiza los Flujos de Caja positivos.

FORMULA:

$$\text{TIR} = \text{TRi} + (\text{TRs} - \text{Tri}) \left[\frac{\text{VANi}}{\text{VANi} - \text{VANs}} \right]$$

c. Costo/Beneficio

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla es que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.

Se utiliza para el análisis de proyectos de inversión; se determina de la siguiente manera:

$$\text{CB} = \text{Ingresos Actualizados} / \text{Egresos Actualizados}$$

d. Relación Ingresos y Egresos

Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

e. Periodo de Recuperación de la Inversión

El número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”.

Criterios de decisión:

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.

Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.6 Propuesta de la Estructura Orgánica Funcional

2.6.1 Misión

http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm

(2010) define: *“Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión. En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar”.*

Para Stanton, Etzel y Walker (2007:7) explica: *"enuncia a que clientes sirve, que necesidades satisface y qué tipos de productos ofrece. Por su parte, una declaración de misión indica, en términos generales, los límites de las actividades de la organización".*

Luego de las citas resumo: La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa u organización se sienten impulsados a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión.

2.6.2 Visión

Para Jack Fleitman (2008:3): *“la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.*

En síntesis, la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y

expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

2.6.3 Valores

Son un conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional, cuyo objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización.

2.6.4 Estructura Orgánica

Unipersonales/gerencia/destacados/gerencia/documentos/Estructura%20organica (2011) define: “La estructura orgánica es el cuerpo óseo de la organización, unidad administrativa. Área, u oficina; en este caso del área de recursos humanos, estará conformada por órganos como de dirección, asesoramiento, apoyo y línea, así como por unidades administrativas que tienen que ver con dicha función, como por ejemplo: jefatura o dirección, registro de personal, sueldos y salarios, capacitación, evaluación, higiene y seguridad, entre otros”.

En resumen es establecer la estructura organizativa de una empresa mediante un esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella de una manera sistematizada.

2.6.5 Organigrama Estructural

El Organigrama Estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.

2.6.6 Organigrama Funcional

El Orgánico Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas

que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.7 Impactos

JÁCOME, Walter (2005:171) explica: *“Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implanta un proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”*

En resumen los impactos son las consecuencias o bondades futuras que pueden presentarse al realizar un proyecto.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

En la actualidad las artesanías son la identificación de tradición, cultura, costumbres de un pueblo lo cual impulsa a realizar creaciones que reflejen tal identidad para que las futuras generaciones mantengan el legado palmado en una obra de arte, siendo estas artesanías una propuesta para sorprender, con finos detalles y exhaustiva elaboración hechos 100% a mano y con creatividad por tal motivo son catalogadas como artesanías hogareñas.

El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la ciudad de Ibarra, con relación al consumo de las artesanías, gustos, preferencias, etc.; parámetros que permitan delimitar la demanda, oferta, como la demanda insatisfecha del sector.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Determinar la oferta, demanda, precios y competencia de las artesanías de muñecas en tela kiana y demás objetos de adorno.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar los diferentes productos que oferta el mercado.
- Realizar un análisis de la demanda de muñecas de tela kiana y demás objetos de adorno en la ciudad de Ibarra.
- Analizar la oferta existente de muñecas de tela kiana y demás objetos de adorno en la ciudad de Ibarra.
- Acordar un precio accesible para los posibles consumidores de la ciudad de Ibarra.
- Analizar la forma de comercialización en el mercado de Ibarra

3.3 Identificación de la población

Según el Ministerio de Turismo se conoce que en la ciudad de Ibarra existe una visita de 189.123 turistas nacionales y extranjeros.

Para realizar la proyección se utilizó la tasa de crecimiento del 6.81% lo cual se obtuvo mediante la fórmula:

$$\left(\frac{na}{nb}\right)^{\frac{1}{7}} - 1 = \left(\frac{177059}{111618}\right)^{\frac{1}{7}} - 1 = 6.81$$

Tabla 3 Población de turistas

AÑO	POBLACIÓN TURISTAS IBARRA
2004	111618
2005	137017
2006	139876
2007	143172
2008	147747
2009	157769
2010	167136
2011	177059
PROYECCIÓN	
2012	189123
2013	202009
2014	215772
2015	230474
2016	246178
2017	262951

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

3.4 Determinación del tamaño de la muestra

3.4.1 Fórmula para el cálculo de la muestra

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + d^2 \cdot Z^2}$$

3.4.2 Aplicación de la fórmula muestra

n=?	N= 189.123	d ² = 0,25	Z= 1,96	E ² = 0,05
-----	------------	-----------------------	---------	-----------------------

$$n = \frac{(189.123)(0,25)(1,96)^2}{(189.123 - 1)(0,05)^2 + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = 383$$

Se identifican como muestra **383** turistas quienes contribuirán en la presente investigación.

3.5 Diseño de instrumentos de investigación

Para la obtención de la información requerida utilizamos medios de información como es la encuesta a los turistas nacionales y extranjeros y entrevista a artesanos del sector.

3.5.1 Encuesta

La encuesta se realizó a turistas nacionales y extranjeros en los puntos estratégicos donde existe mayor afluencia de turistas como son: Hacienda Galo Plaza, Sierra Aventura, Plazoleta Francisco Calderón, Parque Pedro Moncayo, Parque la merced, Yuyucocha, Yahuarcocha, Museo del Banco Central, Museo de Caranqui, Parque de Caranqui, Estación de los Ferrocarriles, Hacienda Chorlaví, San Antonio, Terminal Terrestre, Café arte, con el fin de obtener datos de la aceptabilidad de los productos.

3.6 Evaluación de la información

3.6.1 Evaluación de la encuesta

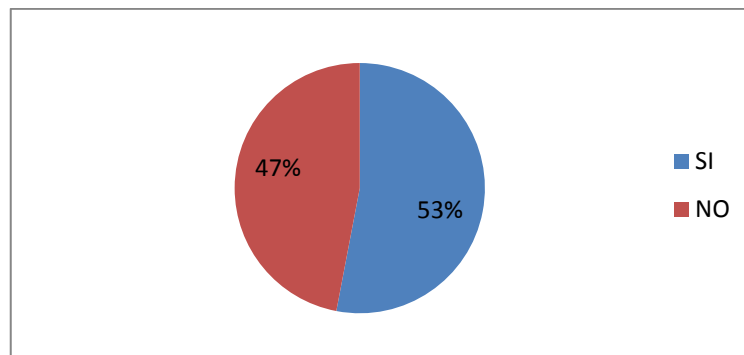
1. ¿Al introducir estos tipos de muñecas y llaveros artesanales en los sitios turísticos Ud. Los adquiriría?

Tabla 4 Aceptación de muñecas y llaveros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	203	53%
NO	180	47%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 2



Análisis:

Mediante las encuestas realizadas a los turistas en los diferentes puntos de la ciudad puntualizo que gran parte de la población objetiva adquirirá este tipo de muñecas y llaveros, lo cual favorece al proyecto para saber cuántas personas adquirirán las artesanías ofrecidas por la microempresa.

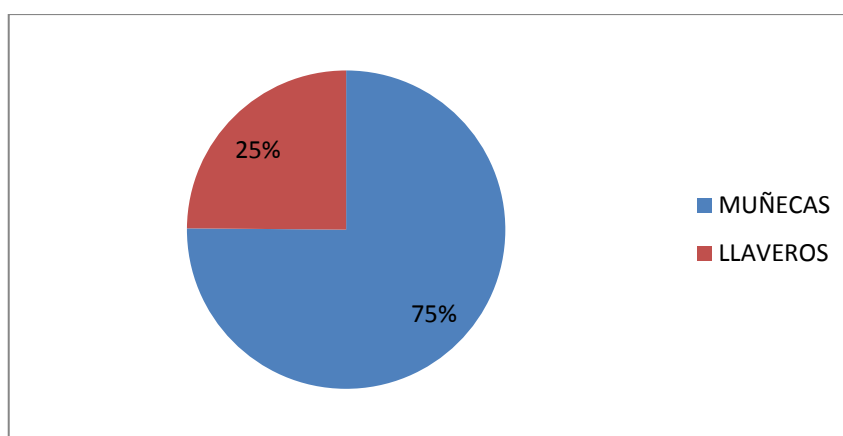
2. ¿De los productos mostrados, que objeto prefiere comprar?

Tabla 5 Preferencia de producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUÑECAS	290	75%
LLAVEROS	96	25%
TOTAL	386	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 3



Análisis:

La mayor parte de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Ibarra están interesados en adquirir muñecas de tela kiana por ser un producto novedoso que refleja la cultura de los pueblos, además existe también una parte de la población de turistas que adquirirá los llaveros.

3. ¿Qué cantidad de muñecas artesanales adquiriría Ud. Anualmente?

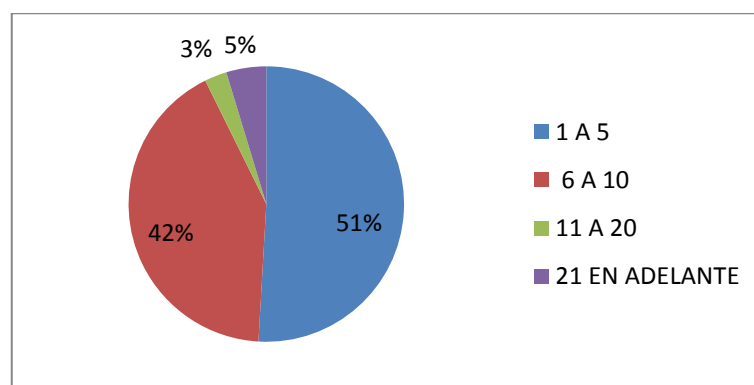
Tabla 6 Cantidad demandada de muñecas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 5	195	51%
6 A 10	160	42%
11 A 20	10	3%
21 EN ADELANTE	18	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Gráfico 4



Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas la gran parte de la población adquirirá de 1 a 5 unidades anuales lo cual favorece al proyecto ya que los turistas que ingresan a la ciudad de Ibarra no son constantes y por ende cada vez que visiten nuevos turistas tenemos compradores potenciales, también tenemos los turistas que adquirirán de 6 a 10, además también tenemos una pequeña parte de la población turística que adquirirá de 11 a 20 y de 21 muñecas en adelante.

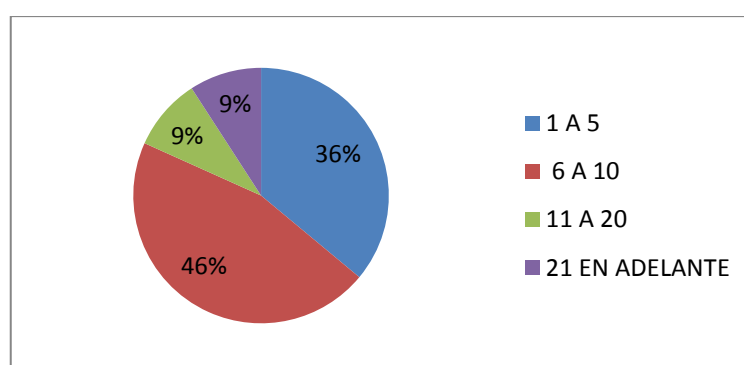
4. ¿Qué cantidad de llaveros artesanales adquiriría Ud. anualmente?

Tabla 7 Cantidad demandada de llaveros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 5	138	36%
6 A 10	175	46%
11 A 20	35	9%
21 EN ADELANTE	35	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 5



Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas la gran parte de la población adquirirá de 1 a 5 unidades, otra parte de la población adquirirá de 6 a. 10 unidades y hay otra parte de la población que adquirirá más de 11 unidades, lo cual favorece al proyecto ya que los turistas internacionales adquieren este tipo de artesanías tanto por novedad como por comercialización, al igual que los turistas nacionales quienes manifestaron que si les gustaría comercializar en sus ciudades este tipo de artesanías.

5. ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por adquirir este tipo de muñeca?

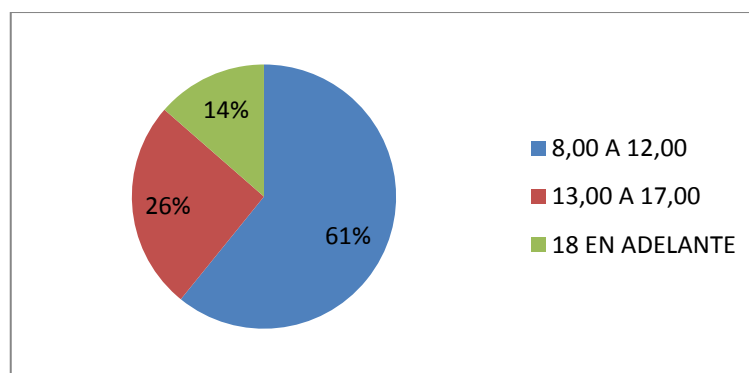
Tabla 8 Precio de muñecas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8,00 A 12,00	233	61%
13,00 A 17,00	98	26%
18 EN ADELANTE	52	14%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6



Análisis:

Es importante exteriorizar que al mirar el producto la mayor parte de turistas manifestaron que pagarían un precio de 8 a 12 dólares, también existe una mediana parte que manifestó que podrían pagar de 13 a 17 dólares por este producto novedoso, además existe una pequeña parte de turistas que cancelaría 18 dólares en adelante ya que les pareció un producto con cualidades hasta para exportación.

6. ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por adquirir llaveros artesanales?

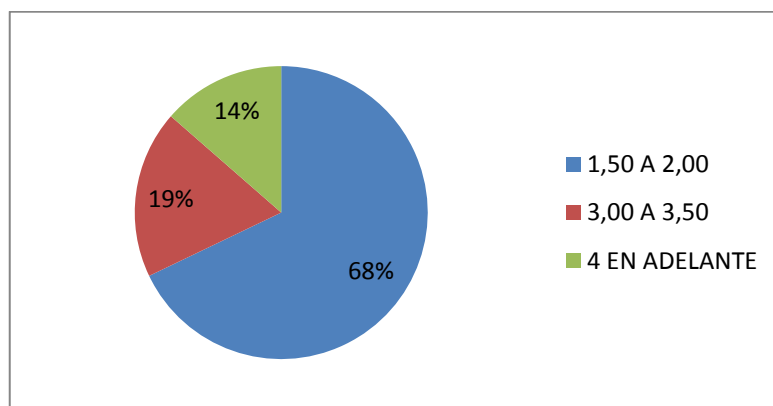
Tabla 9 Precio de llaveros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,50 A 2,00	260	68%
3,00 A 3,50	71	19%
4 EN ADELANTE	52	14%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Gráfico 7



Análisis:

La gran parte de los turistas adquirirán los llaveros a un precio de 1.5 a 2 dólares, lo cual ayuda a que el producto llegue a ser reconocido en el mercado.

7. ¿En qué lugar prefiere adquirir artesanías?

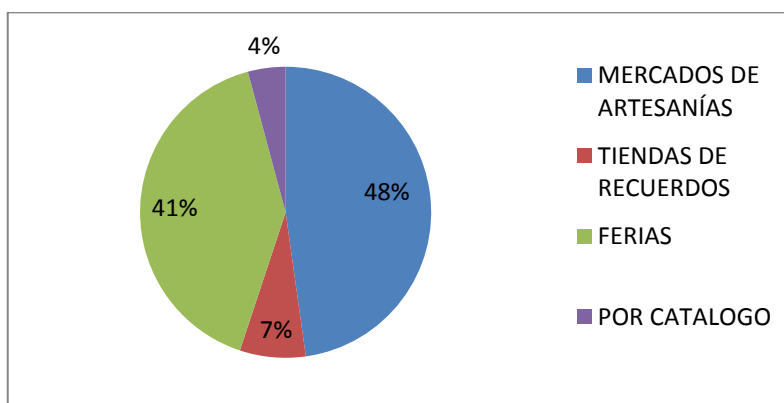
Tabla 10 Lugar donde preferirían encontrar las artesanías

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MERCADOS DE ARTESANÍAS	183	48%
TIENDAS DE RECUERDOS	28	7%
FERIAS	156	41%
POR CATALOGO	16	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8



Análisis:

Después de realizadas las encuestas a los turistas la gran parte de la población manifestó que le gusta adquirir las artesanías en los mercados artesanales, también tenemos otra parte que le gusta adquirir en la ferias que se realiza en los diferentes lugares de la ciudad lo cual favorece al proyecto.

8. ¿En dónde adquiere actualmente los productos artesanales?

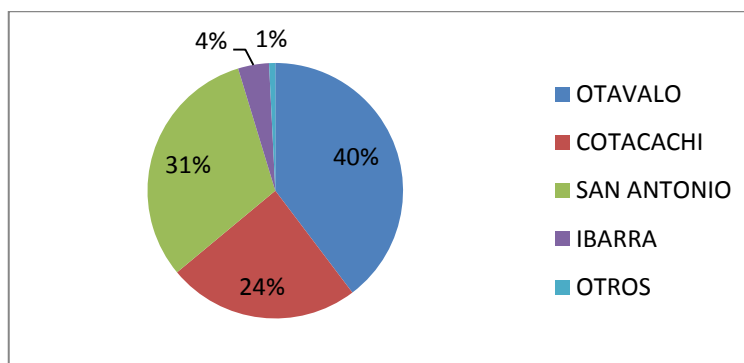
Tabla 11 Lugar donde adquiere las artesanías

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
OTAVALO	152	40%
COTACACHI	93	24%
SAN ANTONIO	120	31%
IBARRA	15	4%
OTROS	3	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9



Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas la gran parte de los turistas manifiestan que prefieren adquirir artesanías en Otavalo, también tenemos una parte que manifiesta que le gusta adquirir las artesanías de San Antonio de Ibarra, una mediana parte prefiere adquirir los artículos en Cotacachi, y una pequeña parte manifestó que en la ciudad de Ibarra manifestando que tener artesanías que representen la cultura de los pueblos es lo que hace falta para que Ibarra sea un lugar más en el mapa de compra de artesanías lo cual es muy favorable para el proyecto.

9. ¿Con qué frecuencia adquiriría este tipo de muñecas y llaveros?

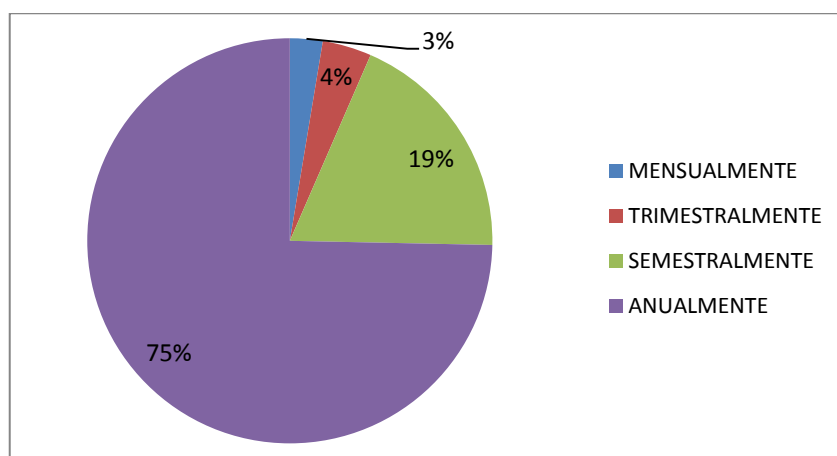
Tabla 12 Frecuencia de adquisición

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
MENSUALMENTE	10	3%
TRIMESTRALMENTE	15	4%
SEMESTRALMENTE	72	19%
ANUALMENTE	286	75%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10



Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas la mayor parte de la población encuestada respondió que adquiriría anualmente este tipo de muñecas y llaveros lo que favorece notablemente al proyecto ya que los turistas como no son constantes tenemos un mercado potencial.

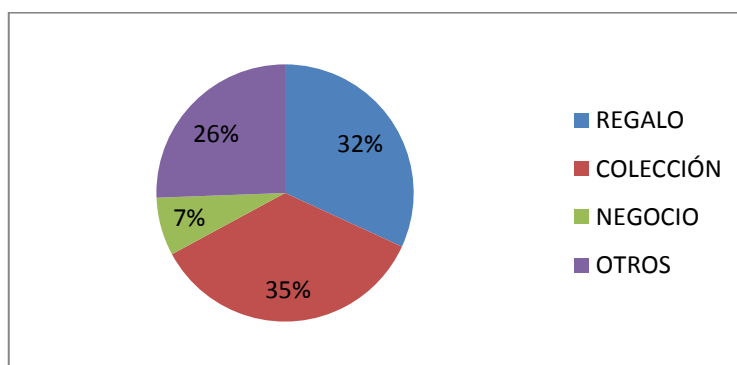
10. ¿Por qué motivo adquirirá Ud. Este tipo de muñecas y llavero?

Tabla 13 Motivo de la adquisición

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
REGALO	122	32%
COLECCIÓN	135	35%
NEGOCIO	28	7%
OTROS	98	26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 11



Análisis:

Luego de realizar las encuestas a la muestra puedo manifestar que una parte de la población la adquiriría para colección, por otro lado existe población que adquirirá para regalo ya que un detalle así en el exterior es de gran valor, también tenemos una mediana parte que lo adquiriría por ver la cultura, la vestimenta y los detalles que tiene las muñecas y llaveros, sin dejar de lado que una pequeña parte de la población manifestó que le gustaría comprar este tipo de producto para negocio lo que es muy favorable para el proyecto ya es una posibilidad para llegar a nuevos mercados.

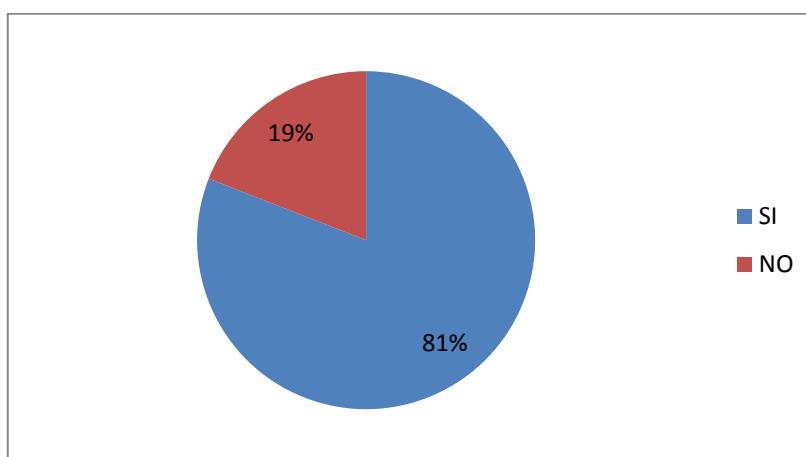
11. ¿Al momento de realizar sus compras sus ingresos le permiten adquirir diferentes artesanías?

Tabla 14 Poder adquisitivo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	81%
NO	73	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 12



Análisis:

De acuerdo a la información obtenida luego de las encuestas se pudo determinar que la gran parte de la población que visita Ibarra dedica sus ingresos a adquirir artesanías lo que ayuda favorablemente al proyecto ya que el poder adquisitivo de los turistas está en un nivel económico alto.

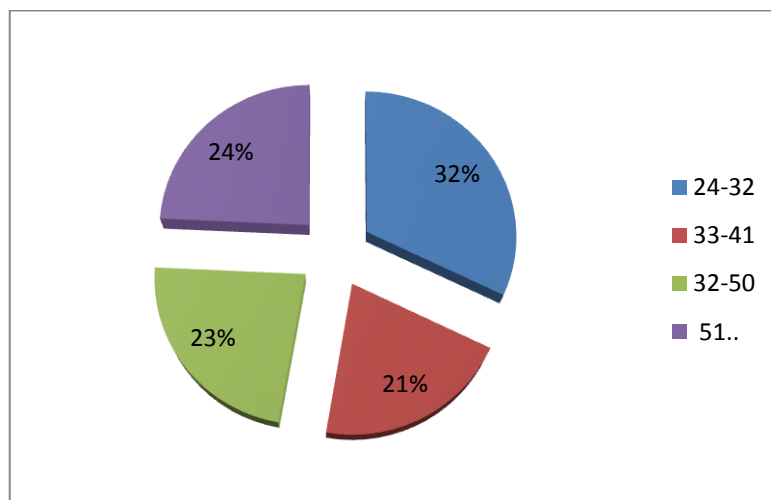
12. Edad

Tabla 15 Edades

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
24-32 AÑOS	123	32%
33-41 AÑOS	79	21%
32-50 AÑOS	88	23%
51.. AÑOS	93	24%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 13



Análisis:

De acuerdo a la población encuestada la población que adquirirá las muñecas y llaveros estarán de entre los 24 a 65 lo cual demuestra que la mayor parte de turistas que visitan Ibarra son personas con poder adquisitivo.

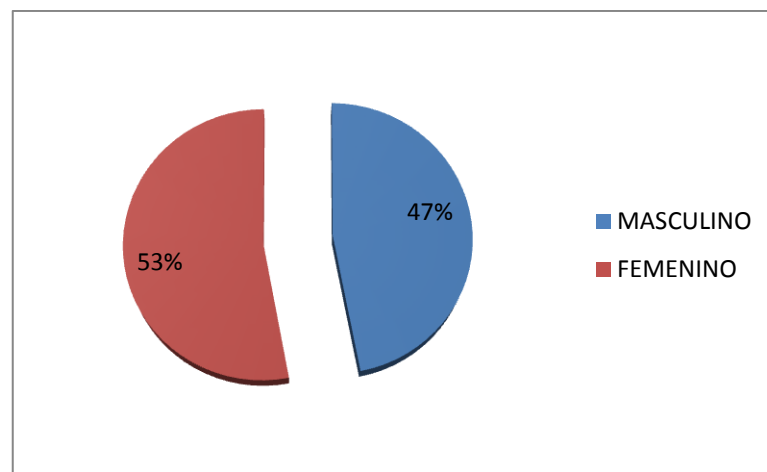
13. Género

Tabla 16 Género

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	180	47%
FEMENINO	203	53%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales
Elaborado por: La Autora

Gráfico 1



Análisis:

Después de realizar las encuestas a la muestra se pudo identificar que la población que más adquiere este tipo de artesanías son mujeres, sin dejar de lado que los hombres también adquieren este tipo de producto gracias a que es un producto cultural.

3.7 Productos

3.7.1 Descripción del producto

Las muñecas de tela kiana son un producto novedoso que trae consigo una identidad cultural de los pueblos, lo que ayuda a cimentar nuestras raíces, impulsar el turismo y conocer de dónde venimos.

Las muñecas están compuestas de diferentes materiales como: tela kiana para el cuerpo y cara de las muñecas, tela dacrón para la confección de las blusas, camisas y pantalón de los muñecos indígenas, tela fieltro para los sombreros, alpargatas y ponchos, tela casimir para los anacos, plumón para el relleno.

3.7.2 Productos


Tabla 17 Presentación de muñecas

ETNIA	IMAGEN	DESCRIPCION
Pueblo de Natabuela		Ubicada a 3 Km. de la ciudad de Atuntaqui, dirección norte, en la parroquia rural de su mismo nombre.
Pueblo Otavalo		El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura

Pueblo Caranqui Comunidad de Angochagua y la Rinconada		Este pueblo étnico está asentado lo que hoy es las comunidades de Zuleta, La Esperanza, Angochagua y la Rinconada.
Pueblo Caranqui Comunidad de Zuleta y la esperanza		Este pueblo étnico está asentado lo que hoy es las comunidades de Zuleta, La Esperanza, Angochagua y la Rinconada.

Elaborado por: La autora

Tabla 18 Presentación de llaveros

ETNIA	IMAGEN	DESCRIPCION
Llavero		Representan la cultura

Elaborado por: La autora

3.8 Mercado

3.8.1 Mercado Meta

El mercado meta al cual van dirigidos los productos artesanales elaborados en la parroquia de Alpachaca son los turistas nacionales y extranjeros quienes son un mercado potencial, cuya edad se encuentra en el rango de 24 a 65 años entre hombres y mujeres, siendo personas que tienen poder adquisitivo y por ser turistas aman este tipo de artesanías que refleja la cultura de los pueblos.

3.8.2 Segmento de Mercado

Para segmentar el mercado se debe considerar los gustos y preferencias semejantes de las personas y con ello tener en cuenta lo que piensan del producto a ser ofertado; ya que, cada persona es mundo diferente y exige alternativas innovadoras.

En la presente investigación se ha segmentado el mercado considerando el poder adquisitivo de compra, es decir indagando a los turistas (demandantes potenciales) si sus ingresos le permiten adquirir artesanías.

Los turistas tanto hombres (47%) como mujeres (53%) destinarán parte de sus ingresos en la compra de muñecas y llaveros en la ciudad de Ibarra.

3.9 Análisis y Proyección de la Demanda

Este proceso consiste en analizar y proyectar la demanda actual de los turistas de la compra de muñecas y llaveros.

Analizando la información obtenida en la encuesta aplicada a una muestra de 383 habitantes, se conoció que el 53% de los encuestados les gustaría adquirir muñecas y llaveros, mientras que el 47% de los encuestados no les interesa; la propuesta del proyecto refleja acogida por parte de la mayoría de los turistas. Por lo cual las proyecciones de la demanda serán en función del 53% que es lo que afianza el ingreso al mercado.

3.9.1 Análisis de la Demanda

Para determinar la demanda del proyecto se ha considerado a la población de turistas que visitan anualmente a la ciudad de Ibarra, cuyo grupo de edad es 24 a 65 años, considerando una población de 187571 visitantes dato obtenido de la proyección con una tasa de crecimiento de turistas del 6.81%.

De los cuales se considera las personas que aceptaron adquirir muñecas y llaveros, ese porcentaje se lo obtuvo en la pregunta uno de la encuesta aplicada a los turistas, corresponde al 53%. Realizando una operación matemática se obtiene:

$$189.123 \text{ turistas} * 53\% = \mathbf{100.235 \text{ turistas a considerar}}$$

Luego se procede a tomar el porcentaje de adquisición, ese porcentaje se lo obtuvo en la pregunta once de la encuesta aplicada a los turistas, corresponde al 81% siendo una población económicamente alta. Realizando una operación matemática se obtiene:

$$100.235 \text{ turistas} * 81\% = \mathbf{81.190 \text{ turistas a considerar}}$$

Es necesario tomar en cuenta que el proyecto va iniciar con una participación del 39.67% de la demanda por lo tanto tenemos:

$$81.190 \text{ turistas} * 39.67\% = \mathbf{32.211 \text{ demanda de turistas}}$$

A continuación se realiza una diferencia de preferencia entre muñecas y llaveros dato que viene de la pregunta dos de la encuesta, muñecas 75% y llaveros 25%.

$$32.211 \text{ demanda de turistas} * 75\% = 24.158 \mathbf{\text{ demanda de muñecas}}$$

$$32.211 \text{ demanda de turistas} * 25\% = 8.053 \mathbf{\text{ demanda de llaveros}}$$

Tabla 19 Demanda de muñecas

DETALLE	PORCENTAJE	CANTIDAD POBLACION MUESTRA	POBLACIÓN DEMANDANTE	PROMEIDO DE CANTIDAD	DEMAND A
De1-5	51%	195	12.300	3	36.897

De 6-10	42%	160	10.092	8	80.736
De 11- 20	3%	10	631	20	12.600
De 21 en adelante	4%	18	1.135	21	23.836
TOTAL	100%	383	24.158	52	154.068

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a las encuestas realizadas pude determinar que la demanda de muñecas por parte de turistas en la ciudad de Ibarra será de 154068 unidades anuales extraída de las respuestas de la población motivo de muestra para el presente año.

Tabla 20 Demanda de llaveros

DETALLE	PORCENTAJE	CANTIDAD POBLACION MUESTRA	POBLACIÓN DEMANDANTE	PROMEDIO DE CANTIDAD	DEMANDA LLAVEROS
De1-5	36%	138	2.902	3	8.706
De 6-10	46%	175	3.679	8	29.432
De 11- 20	9%	35	736	20	14.720
De 21 en adelante	9%	35	736	21	15.456
TOTAL	100%	383	8.053	52	68.314

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a las encuestas realizadas pude determinar que la demanda de llaveros por parte de turistas en la ciudad de Ibarra será de 68314

unidades anuales extraída de las respuestas de la población motivo de muestra en el presente año.

3.9.2 Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la población demandante se utilizó la tasa de crecimiento de la población anual (6.81%).

Tabla 21 Proyección demanda muñecas

AÑOS	DEMANDA
2013	164.560
2014	175.767
2015	187.736
2016	200.521
2017	214.177

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La autora

Tabla 22 proyección demanda llaveros

AÑOS	DEMANDA
2013	72.966
2014	77.935
2015	83.243
2016	88.911
2017	94.966

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La autora

3.10 Análisis de la oferta

Localmente no existen oferentes de este tipo de muñecas y llaveros convirtiéndose esto en una ventaja para introducir este tipo de artesanías a los mercados artesanales de Ibarra.

Con ello se lograra que los turistas se interesen por la cultura de los pueblos a los cuales representan las muñecas, además con ello se apoyara al turismo local y lo más importante ayudará a que el proyecto sea productivo.

3.11 Balance oferta y demanda total de muñecas y llaveros

Tabla 23 Demanda muñecas

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	0	164.560	164.560
2014	0	175.767	175.767
2015	0	187.736	187.736
2016	0	200.521	200.521
2017	0	214.177	214.177
TOTAL	0	942.761	942.761

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Tabla 24 Demanda llaveros

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	0	72.966	72.966
2014	0	77.935	77.935
2015	0	83.243	83.243
2016	0	88.911	88.911
2017	0	94.966	94.966
TOTAL	0	418.022	418.022

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

De acuerdo con el cuadro de análisis de Balance de oferta y demanda, puedo manifestar que existe demanda insatisfecha; ya que no existe ofertantes en el mercado de la ciudad de Ibarra.

3.11.1 Participación del proyecto

Después del análisis presentado en el Balance de Oferta y Demanda podemos señalar que el proyecto tendrá una participación en la Ciudad de Ibarra del 5,15% de la demanda insatisfecha de muñecas y de un 5% de la demnada instisfecha de los llaveros en el primer año de producción.

Tabla 25 Participación del proyecto

AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	% DE CAPTACIÓN	CAPACIDAD DEL PROYECTO
2013	26.018	165.905	5,06%	8.400
2014	27.791	177.203	5,57%	9.869
2015	29.684	189.270	6,40%	12.123
2016	31.707	202.160	7,37%	14.890
2017	33.867	215.927	8,47%	18.290
AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	% DE CAPTACIÓN	CAPACIDAD DEL PROYECTO
2013	8.673	72.966	5%	3.648
2014	9.264	77.935	7%	5.455
2015	9.895	83.243	9%	7.492
2016	10.569	88.911	11%	9.780
2017	11.289	94.966	13%	12.346

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

3.12 Análisis de precios

De acuerdo a las encuestas se concluye que el precio al cual los turistas están dispuestos a pagar esta entre el rango de 8 y 10 dólares en cuanto a las muñecas, y para los llaveros está en el rango de 1,5 a 2 dólares.

Tabla 26 Proyección de precios a aplicar

SERVICIOS	PRECIO 2012	PROYECCIONES DE PRECIOS				
		2013	2014	2015	2016	2017
MUÑECAS	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72	10,21
LLAVEROS	1,50	1,58	1,65	1,74	1,82	1,91
TOTAL	9,50	9,98	10,47	11,00	11,55	12,12

Fuente: Encuesta a Turistas Nacionales e Internacionales

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la proyección de precios fue tomado en cuenta la tasa de inflación cuyo valor fue el 5.41% para el año 2012.

Mediante la verificación de los costos que incurre la microempresa para producir dichos productos se concluye que el precio al público es de 8 cada uno y cuando se llevan la pareja quedan en 15 dólares.

En cuanto a los llaveros el precio de acuerdo al costo de producción es de 1,50 dólares precio aceptado por los turistas.

3.13 Análisis de comercialización

La microempresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para llegar directamente al consumidor final es sin intermediarios lo que permitirá afianzar clientes y dar a conocer el producto.

Gráfico 2
Canal de Comercialización



El objeto de este canal de distribución es colocar el producto a disposición del cliente en el lugar adecuado y en el momento oportuno.

3.13.1 Canales utilizados

Para la comercialización de las muñecas de tela kiana y demás objetos de adorno se tomará en cuenta las siguientes estrategias de comercialización:

- El producto contendrá las siguientes características
Nombre de la Micro empresa: “Los Hilachas”
Slogan: Promoviendo la cultura con el trabajo artesanal
- El empaque se realizara en tela suiza que da un estilo único por ser transparente dejando identificar la imagen del producto.
- Se diseñara el logotipo de la microempresa.
- En cuanto a precios se mantendrá los adecuados para el target al cual va dirigido como son los turistas manteniendo la calidad en el producto ofrecido y con los detalles que le caracterizan por tener acabados idénticos a los que se ponen los indígenas de los diferentes pueblos de Imbabura. Se mantendrán estructurados costos, los cuales agregándole un porcentaje de utilidad dará como resultado el precio final.

- Se pondrá un punto de venta de todas las artesanías que ofrecerá la microempresa en un local ubicado en el centro de la ciudad y se mantendrá el sistema de venta en las diferentes ferias.
- Promover el consumo de muñecas y llaveros artesanales hecho con mano local, destacando la importancia de adquirir productos que recuerden la cultura, tradición y que incentivan al turismo esto se lo hará a través de campañas especiales de publicidad y portadas de la prensa local.
- Se realizará de una página web para mayor publicidad e información de la microempresa y de los productos que se va a ofrecer.
- Como está iniciando el proyecto se propone realizar promociones como lleva dos a 15 dólares.
- Se realizará un catálogo promocional en el cual incluirá la descripción de la vestimenta de cada pueblo y otra publicidad con el fin de que el turista aparte de llevar el producto pueda conocer el porqué de cada prenda de las muñecas indígenas y que representan.

Gráfico 36

Catálogo



Gráfico 4

Publicidad





3.14 Conclusiones

Del estudio realizado de oferta, demanda, precio, comercialización, se concluye que existe un mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para la creación de la microempresa, ya que en la ciudad de Ibarra no existen productores de muñecas de tela kiana y objetos de adorno como llaveros, también se pudo determinar que se puede cubrir

un 5,15% de la demanda insatisfecha de muñecas y un 5% de la demanda insatisfecha de los llaveros en el primer año.

En cuanto a precios de acuerdo al estudio realizado y con la verificación de los costos de producción se acuerda que el precio para la venta de muñecas es de 8 dólares por cada una y de los llaveros a 1,50 lo cual es beneficioso para el proyecto a realizarse.

Es necesario manifestar que una parte de la población de turistas se vio interesados en negociar con las muñecas en su ciudad de origen lo cual es beneficioso para el proyecto ya que con ello se logrará entrar en mercados internacionales con una venta a gran escala.

La venta del producto se lo realizara directamente al consumidor final en ferias, mercados artesanales, y la propuesta de crear un punto de venta en el centro de la ciudad para que los productos puedan ser exhibidos al público.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se tomó en cuenta los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad.

4.1.1 Mercado

La demanda de las muñecas de tela kiana y el llavero en la ciudad de Ibarra presenta un camino viable para la creación de la microempresa, el mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que: el 75% del mercado prefiere adquirir muñecas y el 25% llaveros.

4.1.1 Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos financieros se encuentra en parámetros aceptables, puesto que la inversión total se cubrirá con recursos propios y un préstamo bancario considerando las tasas de interés y plazos convenientes para el proyecto.

4.1.2 Disponibilidad de Materia Prima

Este aspecto la materia prima de las muñecas tiene proveedores locales que pueden satisfacer parte de la demanda de materia prima lo que favorece al proyecto por la cercanía y por el bajo costo del transporte y la optimización del tiempo, entre ellos tenemos:

- Comercial Garzón
- El Mundo del Casimir
- Sin Costuras
- Comercial el Globo

Además algún tipo de materia prima debe ser trasladado desde: Otavalo,

- Nortextil
- Indutexma

Por lo tanto puedo manifestar que en cuanto a materia prima la microempresa estará abastecida de la materia prima en la cantidad deseada.

4.1.2 Definición de la Capacidad de Producción

Tabla 27 Capacidad de producción anual de muñecas

AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	% DE CAPTACIÓN	CAPACIDAD DEL PROYECTO
2013	26.018	165.905	5,06%	8.400
2014	27.791	177.203	5,57%	9.869
2015	29.684	189.270	6,40%	12.123
2016	31.707	202.160	7,37%	14.890
2017	33.867	215.927	8,47%	18.290

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó en la ciudad de Ibarra, se establece que la capacidad de producción para las muñecas de tela kiana que podrá tener la microempresa “LOS HILACHAS” será de 8400 unidades anuales de muñecas de tela kiana en el año de inicio de

operación, aproximadamente 700 unidades producirá mensualmente, 175 unidades a la semana.

Tabla 28 Capacidad de producción anual de llaveros

AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	% DE CAPTACIÓN	CAPACIDAD DEL PROYECTO
2013	8.673	72.966	5%	3.648
2014	9.264	77.935	7%	5.455
2015	9.895	83.243	9%	7.492
2016	10.569	88.911	11%	9.780
2017	11.289	94.966	13%	12.346

Elaborado por: La Autora

Y la capacidad de producción para los llaveros que podrá tener la microempresa “LOS HILACHAS” será de 3.648 unidades de muñecas de tela kiana en el año de inicio de operación, aproximadamente 304 unidades producirá mensualmente, 76 unidades a la semana.

Con el objeto de determinar el tamaño del proyecto, es necesario considerar los siguientes aspectos como: tecnología disponible, dimensión y características del mercado, disponibilidad de insumos y materia prima, costos de inversión y operación, volumen de demanda, capacidad de producción, ubicación. En el caso en estudio, al ser un proyecto de comercialización y producción de muñecas de tela kiana y demás objetos de adorno al mercado externo para establecer su tamaño se parte de la capacidad de servicio que se alcanza a cubrir de la demanda potencial y la capacidad de oferta determinada en el estudio de mercado de la ciudad de Ibarra.

4.2 Localización del proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y

cualitativos; con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción.

4.2.1 Macro localización

Para la elaboración de las muñecas de tela kiana y el llavero se debe considerar el lugar donde se va a desarrollar este proyecto productivo; tomando en cuenta todos los medios necesarios que permitan un adecuado funcionamiento de la planta productora.

Dentro del análisis de macro-localización de la microempresa se ha considerado ubicarla en el Cantón Ibarra que se encuentra en el valle bajo las faldas del cerro Imbabura, que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva, con sus límites al norte la Provincia del Carchi, al sur la Provincia de Pichincha, al este el Cantón Pimampiro y al oeste los Cantones Otavalo, Antonio Ante, San Miguel de Urcuquí.

A continuación se presenta la ubicación en el mapa de la provincia de Imbabura:

Gráfico 5

Mapa para macro localización



Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: La autora

Tabla 29 Matriz Macro localización

	FACTORES OCASIONALES	%	PONDERACIÓN	URCUQUI		IBARRA		ATUNTAQUI	
				Puntos	Valor	Puntos	Valor	Puntos	Valor
1	Servicios básicos, alcantarillado, recolección de basura	15	15,00	10	1,5	15	2,25	12	1,8
2	Vías de acceso, transporte, combustible	25	25,00	8	1,2	24	3,6	25	3,75
3	Centros médicos, policía, bomberos, hospitales	20	20,00	8	1,2	18	2,7	12	1,8
4	Centros educativos para jardín, escuelas, colegios, universidades	15	15,00	7	1,05	15	2,25	11	1,65
5	Aceptación por la comunidad, innovación de productos, nuevas tendencias de vida.	25	25,00	18	2,7	25	3,75	10	1,5
TOTAL		100	100,00	51	7,65	97	14,55	70	10,5

Elaborado por: La autora

Por tanto se manifiesta que la ciudad idónea para realizar el proyecto de factibilidad es la ciudad de Ibarra la cual cuenta con servicios, vías, educación salud necesarios para cubrir los requerimientos del mismo.

4.2.2 Micro localización

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la planta productora en un edificio disponible ubicado en la parroquia de Alpachaca, en la calle Cisne, se ha considerado arrendar un local en el

centro de Ibarra para realizar la venta directa de las artesanías, para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta lo siguiente:

Disponibilidad de agua, Características topográficas del sitio, Energía Eléctrica, Vías de acceso, Leyes y Reglamentos, Alcantarillado fluvial y sanitario, Fuentes Abastecimiento, Medios y costos de transporte. Como zonas referenciales y comparativas par la determinación de la micro localización de la planta productiva, se analizó los siguientes lugares: Alpachaca, Miravalle, Chorlaví.

Tabla 30 Matriz micro localización

	FACTORES OCASIONALES	%	PONDERACIÓN	MIRAVALLE		ALPACAHCA		CHORLAVI	
				Puntos	Valor	Puntos	Valor	Puntos	Valor
1	Servicios básicos, alcantarillado, recolección de basura	15	15	8	1,2	15	2,25	12	1,8
2	Vías de acceso, transporte, combustible	25	25	5	0,75	25	3,75	25	3,75
3	Centros médicos, policía, bomberos, hospitales	20	20	5	0,75	20	3	10	1,5
4	Centros educativos para jardín, escuelas, colegios, universidades	15	15	7	1,05	15	2,25	10	1,5
5	Aceptación por la comunidad, innovación de productos, nuevas tendencias de vida.	25	25	18	2,7	25	3,75	13	1,95
TOTAL		100	100	43	6,45	100	15	70	10,5

Elaborado por: La autora

De acuerdo al análisis efectuado en el cuadro anterior, se concluye que la zona más adecuada para instalar el proyecto es en Alpachaca en el Barrio Santa Teresita.

a. Disponibilidad y Confiabilidad de los Sistemas de Apoyo

El lugar donde va a ser localizado el proyecto posee: agua y electricidad, líneas telefónicas, alcantarillado, protección policial, recolección de desechos, carreteras, centro de salud, cercanía a hospital público, centros de educación, bomberos entre otros.

b. Medios de transporte

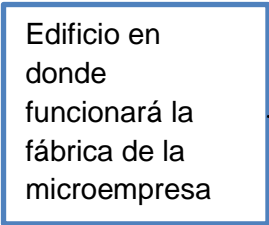
En cuanto al transporte; tenemos el terminal en el cual existen varias líneas que como el Otavalo, Antaña, Cotacachi, y otras líneas que ayudan a trasladarse a los diferentes destinos del país tanto para adquirir la materia prima como para entregar los pedidos a tiempo-

c. Ubicación de la planta

La ubicación es la parte importante del proyecto por lo tanto de acuerdo a las características como servicios básicos, vías de acceso, transporte y combustible disponible, centros médicos, policía, entre otros hacen que el proyecto pueda ser ubicado en la parroquia de Alpachaca en el barrio Santa Teresita.

Por todo aquello se vio necesario ubicar la fábrica de las muñecas y llaveros en el sector antes mencionado.

Gráfico 19

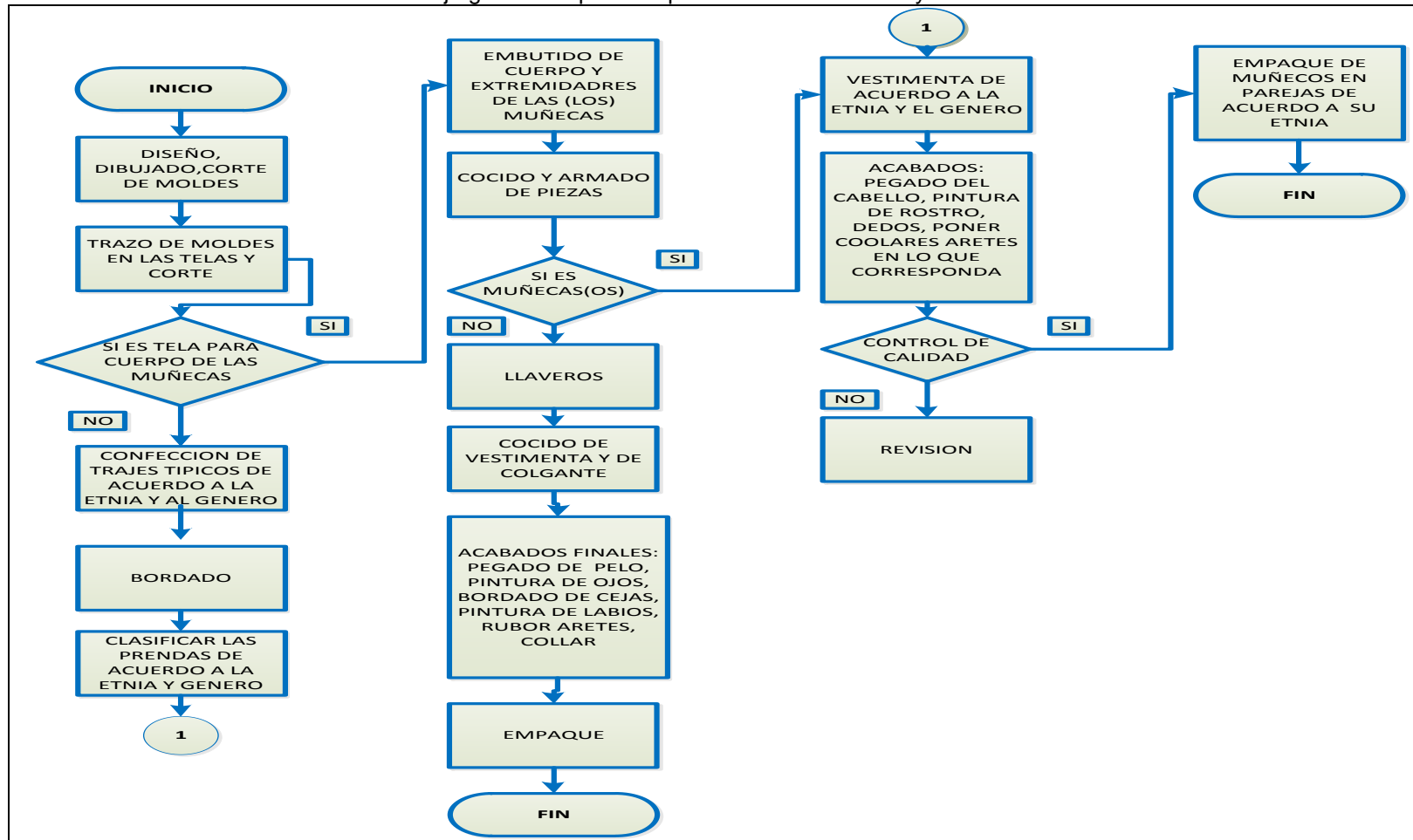


Fuente: Google mapas Ibarra
Elaborado por: La autora

4.3 Ingeniería del proyecto

4.3.1 Determinación del flujo del proceso productivo

Gráfico 20
Flujo grama del proceso productivo de muñecas y llaveros



Elaborado por: La autora

4.3.2 Explicación de Procesos

a. Diseño, dibujado, corte de moldes

- En el cual se procede a diseñar los moldes para el cuerpo de los muñecos y para la vestimenta de los mismos
- En cartulina de 200 gr se traslada los diseños
- Se corta los moldes que servirán de modelo para las diferentes telas
- También se trazan los moldes en Eva goma para las alpargatas y se cortan

b. Trazo de moldes en las telas

- Mediante los moldes obtenidos anteriormente se procede a dibujar en las telas los diferentes diseños
- Se corta las telas tanto para el cuerpo de las muñecas como para la vestimenta.
- Se corta los trozos para las alpargatas tanto blancas como azules

c. Confección de trajes típicos

- Se procede a confeccionar las blusas, las camisas y los pantalones en tela dacrón
- Se cose el anaco blanco y el anaco azul los bordes que son de tela casimir
- Se cose la fachalina y el reboso que son de tela casimir
- Se confecciona los ponchos en tela fieltro azul
- Se confecciona los sombreros con tela fieltro azul y cinta negra.

- Se confecciona la bolsita en tela suiza

d. Cosido del cuerpo

- Se cose las piernas
- Se cose el cuerpo
- Se cose los brazos
- Se cose la cabeza

e. Embutido

- Se procede a embutir a las piernas, luego los brazos, la cabeza, el cuerpo con plumón

f. Cocido y armado de piezas

- Se procede a unir las piernas al cuerpo y la cabeza
- A los brazos se les da forma a los dedos
- Se cose los brazos

g. Vestimenta de acuerdo a la etnia

- Se procede a adherir las blusas, los anacos para cogerles al cuerpo y queden sujetos, se le amarra la fachalina, el reboso, la faja.
- Se le pega a los pies las alpargatas negras
- Se le adhiere la camisa y el pantalón se le cose para que se asegure
- Se pone el poncho
- Se le pega a los pies las alpargatas blancas

h. Acabados

- Se pega el pelo que es de lana y se adhiere el sombrero
- Se pone aretes, manilla, collares encajes
- Se pinta los ojos, cejas, nariz y boca con pintura para tela

i. Empacado

- En la tela suiza se empaca a la pareja y listos para la venta.

4.4 Maquinaria

Para la producción de muñecas y llaveros es necesario tener la maquinaria para poder cumplir con los pedidos a tiempo.

Gráfico 21



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Gráfico 22



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Gráfico 23



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.5 Obras civiles

4.5.1 Diseño de instalaciones

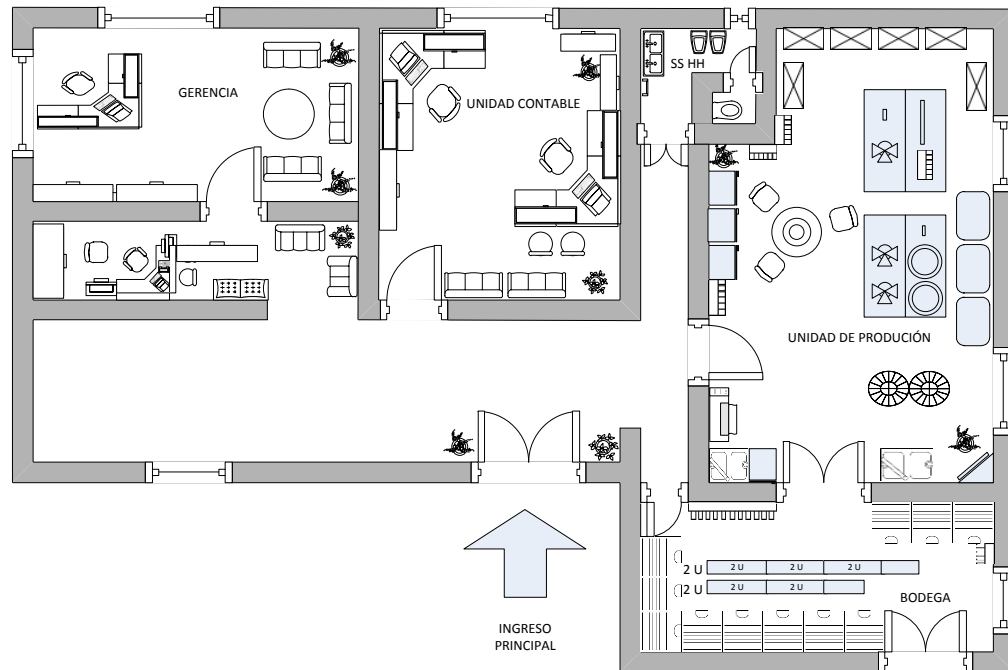
El diseño de la planta productora va acorde con los procesos para la elaboración y comercialización de las muñecas y llaveros, determinando un espacio para el área de producción y almacenaje de materias primas y bodega para los productos elaborados y semielaborados.

Para lo cual se realizara una readecuación a un edificio que tiene la autora para mejorar los procesos productivos.

- a.** El área de producción – almacenaje- bodega, debe estar bien iluminado y con suficiente ventilación con el fin de que los operarios tengan suficiente luz para poder realizar a plenitud la producción de las muñecas y llaveros.
- b.** Las oficinas de los directivos se colocarán dónde pueden mantener una amplia supervisión de sus departamentos.
- c.** Una planta y oficinas de apariencia ordenada y atractiva inducen respeto y comodidad a los visitantes y motiva la eficiencia de los empleados.

Gráfico 6

Diseño de Instalaciones de la Microempresa “LOS HILACHAS”



Elaborado por: La autora

Local de ventas



Fuente: Imágenes Google
Elaborado por: La autora

4.6 Presupuesto técnico

4.6.1 Terreno

Para la edificación de la Microempresa se cuenta con una superficie de terreno propio, que son aproximadamente 250 m².

Tabla 31 Terreno

CONCEPTO	Valor m2	Extensión	Valor Comercial
TERRENO	50	250	12500,00

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: La autora

4.6.2 Edificio

Tabla 32 Edificio

DETALLE	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Carretilla de arena (unidades)	30	12,00	360,00
Cemento (unidades)	20	8,25	165,00
Triplex (unidades)	15	12,00	180,00
Cerámica (metros)	500	12,50	6.250,00
Bondex (unidades)	20	6,20	1.052,00
Alambre (metros)	50	1,20	60,00
Caja térmica (unidad)	2	160,00	320,00
Puerta de Vidrio entrada (unidad)	1	450,00	450,00
Seguridades (unidad)	2	90,00	180,00
Pintura (galones)	10	21,60	216,00
Imprevistos	1	1.385,00	1.385,00
Mano de Obra			4.500,00
TOTAL			15.118,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: La autora

4.6.3 Requerimiento de equipo de oficina

Tabla 33 Equipo de oficina

SUMINISTROS Y MATERIALES	VALOR
Telefax	80,00
Sumadora	50,00
Teléfono	135,00
Cartuchos	75,00
Ventilador	120,00
TOTAL GASTOS	460,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: La autora

4.6.4 Requerimiento de maquinaria

Tabla 34 Maquinaria

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	Q	V. UNI	V. TOTAL
Operativa	Producción	Máquina overlock de 5 hilos	2	1.500,00	3.000,00
		Máquina recta singer	3	1.630,00	4.890,00
		Máquina recubridora w 500n	2	2.500,00	5.000,00
		Subtotal			12.890,00
Total					12.890,00

Elaborado por: La Autora

4.6.5 Requerimiento de muebles y enseres

Tabla 35 Muebles y enseres

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	Q	V. UNIT.	V. TOTAL
Operativa	Producción	Mesa sastre	1	350,00	350,00
		Gavetas metálicas	6	45,00	270,00
		Subtotal			620,00

Administrativo	Ventas	Escritorios Modulares	1	210,00	210,00
		vitricas	2	95,00	190,00
		Sillas giratorias	1	80,00	80,00
		sillas visita	2	25,00	50,00
		muebles	2	95,00	190,00
		Subtotal			720,00
	Gerencia	Escritorios Modulares	1	210,00	210,00
		Sillón ejecutivo	1	185,00	185,00
		Sillas giratorias	1	80,00	80,00
		Archivadores con divisiones	2	30,00	60,00
		Subtotal			535,00
	Contabilidad	Escritorios Modulares	1	210,00	210,00
		Sillas giratorias	1	80,00	80,00
		archivadores con divisiones	2	30,00	60,00
			sillas visitante	2	25,00
		Subtotal			400,00
Total				2.275,00	

Elaborado por: La Autora

4.6.6 Requerimiento de equipo de computación

Tabla 36 Equipo de computación

Área	Departamento	Concepto	Q	V. Unitario	V. Total
Administrativa	Gerencia	Laptop Dell	1	850,00	850,00
		Impresora Multifunción	1	560,00	560,00
		Subtotal			1.410,00
	Contabilidad	Laptop Dell	1	850,00	850,00
		Impresora Multifunción	1	560,00	560,00
		Subtotal		895,00	1.410,00
Operativa	Ventas	Computador	1	620,00	620,00
		Impresora Multifunción	1	560,00	560,00
		Subtotal			1.180,00
Total					4.000,00

Elaborado por: La Autora

4.6.7 Materia prima

Se tomó en cuenta la producción de 30 muñecas como base para conocer cuantos metros de tela entran en la producción anual de 8400 unidades de la capacidad de producción, se realizó una regla de tres simple que se describe a continuación:

Tabla 37 Materia prima muñecas

MATERIA PRIMA DIRECTA 30 MUÑECAS	
TELAS	CANTIDAD
Tela Casimir	2mts
Tela Dacrón	0,5mts
Tela Kiana	2mts
Tela Fieltro	0,5mts
Tela Rayas	0,5mts
Tela Suiza	1mts
Eva Goma	1mts
Bordado	30unidades
Sombreros	30unidades
Plumón	60gramos

Elaborado por: La Autora

Para la tela kiana y casimir en 30 muñecas se requiere 2 metros entonces para 8400 cuanto se requerirá:

$$= 8400 * 2/30$$

$$= 560$$

Para la tela dacrón, fieltro, rayas en 30 muñecas se requiere 1/2 metro entonces para 8400 cuanto se requerirá:

$$= 8400 * 0.5/30$$

$$= 140$$

Para la tela suiza en 30 muñecas se requiere 1metro entonces para 8400 cuanto se requerirá:

$$= 8400 * 1/30$$

$$= 280$$

Para la Eva goma en 30 muñecas se requiere 1 plancha que rinde para 500 muñecas entonces para 8400 cuanto se requerirá:

$$= 8400 * 1/500$$

$$= 17$$

En el caso de los llaveros se tomó en cuenta la producción de 300 llaveros como base para conocer cuantos metros de tela entran en la producción anual de 3.648 unidades de la capacidad de producción, se realizó una regla de tres simple que se describe a continuación:

Tabla 38 Materia prima llaveros

MATERIA PRIMA DIRECTA 300 LLAVEROS	
TELAS	CANTIDAD
Tela casimir	1mts
Tela dacrón	1mts
Tela kiana	1mts
Tela fieltro	1mts
Tela suiza	1mts
Plumón	30 gramos

Elaborado por: La Autora

Para la tela suiza, casimir, dacrón, kiana, fieltro en 300 llaveros se requiere 1metro entonces para 3.648 cuanto se requerirá:

$$= 3648 * 1/300$$

$$= 12$$

4.6.8 Cálculo Inversión Fija

Tabla 39 Inversión fija

DETALLE	VALOR TOTAL
Edificio	15.118,00
Terreno	12.500,00
Equipo de Oficina	460,00
Maquinaria	12.890,00
Muebles y enseres	2.275,00

Equipo de Computación	4.000,00
TOTAL	47.243,00

Elaborado por: La Autora

4.6.9 Cálculo Inversión Diferida

Tabla 40 Inversión diferida

DETALLE	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Gastos de Investigación	1	1.750,00
Gastos de Constitución	1	800,00
TOTAL		2.550,00

Elaborado por: La Autora

4.6.10 Capital de Trabajo

Tabla 41 Capital de trabajo

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Costos de Producción	28.206,31	2.350,53
Gastos Administrativos	20.315,59	1.692,97
Gastos de Ventas	3.600,00	300,00
TOTAL		4.343,49

Elaborado por: La Autora

4.6.11 Inversión Total del Proyecto

Tabla 42 Inversión del proyecto

DETALLE	VALOR	%
Inversión Fija	47.243,00	87%
Inversión Diferida	2.550,00	5%
Inversión de Capital de Trabajo	4.343,49	8%
TOTAL	54.136,49	100%

Elaborado por: La Autora

En la tabla se detalla el porcentaje que cada inversión del proyecto tiene, la fija es el 87%, la diferida es 5% y el capital de trabajo el 8%.

4.7 Inversión

Tabla 43 Inversión

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	20.136,49	37%
Crédito	34.000,00	63%
TOTAL	54.136,49	100%

Elaborado por: La Autora

La inversión será financiada en parte con recursos propios cuyo monto asciende a los \$ 20.136,49 mientras que el saldo restante se lo obtendrá con recursos mediante un crédito.

4.8 Talento humano

Tabla 44 Talento humano

N°	TALENTO HUMANO	SALARIO
	AREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS	
1	GERENTE	450,00
1	CONTADOR	370,00
1	VENDEDOR	320,00
	AREA DE PRODUCCION	
1	COSTURERA	292,00
1	CORTADOR	292,00
1	TERMINADOS	292,00

Elaborado por: La Autora

En la tabla se muestra el personal que laborara en la microempresa y el salario que percibirá.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Determinación de ingresos proyectados

Tabla 45 Cálculo de los ingresos

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Muñecas					
Cantidad	8.400	9.869	12.123	14.890	18.290
Precio	8,00	8,54	9,13	9,75	10,41
Subtotal	67.200,00	84.330,72	110.638,80	145.154,04	190.436,77
Llaveros					
Cantidad	3.648	5.455	7.492	9.780	12.346
Precio	1,50	1,60	1,71	1,83	1,95
Subtotal	5.472	8.740	12.820	17.876	24.102
TOTAL	72.672,46	93.071,19	123.459,24	163.030,32	214.538,68

Elaborado por: La Autora

5.2 Determinación de egresos

5.2.1 Materia prima

a. Materia prima muñecas

Tabla 466 Materia prima directa muñecas

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Tela Kiana					
Cantidad en metros	560	593	629	666	705
Precio	7,00	7,48	8,22	9,05	9,95
Valor	3.920,00	4.435,66	5.169,05	6.023,70	7.019,66
Tela Dacrón					
Cantidad en metros	140,00	148,32	157,13	166,46	176,35
Precio	4,00	4,27	4,56	4,87	5,21
Valor	560,00	633,67	717,02	811,34	918,07
Tela Casimir					
Cantidad en metros	140,00	148,32	157,13	166,46	176,35
Precio	4,50	4,81	5,29	5,82	6,40

Valor	630,00	712,87	830,74	968,09	1.128,16
Tela Fieltro					
Cantidad en metros	140,00	148,32	157,13	166,46	176,35
Precio	3,00	3,20	3,52	3,88	4,26
Valor	420,00	475,25	553,83	645,40	752,11
Tela Rayas					
Cantidad en metros	140,00	148,32	157,13	166,46	176,35
Precio	1,50	1,60	1,71	1,83	1,95
Valor	210,00	237,62	268,88	304,25	344,28
Tela Suiza					
Cantidad en metros	280,00	296,63	314,25	332,92	352,69
Precio	3,00	3,20	3,52	3,88	4,26
Valor	840,00	950,50	1.107,65	1.290,79	1.504,21
TOTAL TELAS	6.580,00	7.445,57	8.647,17	10.043,58	11.666,48
Eva goma					
Cantidad en metros	17	18,01	19,08	20,21	21,41
Precio	3,5	3,74	4,11	4,52	4,98
Valor	59,50	67,33	78,46	91,43	106,55
Bordado					
Cantidad por unidad	8.400,00	8.898,96	9.427,56	9.987,56	10.580,82
Precio	0,2	0,21	0,23	0,26	0,28
Valor	1.680,00	1.901,00	2.215,31	2.581,59	3.008,42
Sombreros					
Cantidad por unidad	8.400,00	8.898,96	9.427,56	9.987,56	10.580,82
Precio	0,5	0,53	0,59	0,65	0,71
Valor	4.200,00	4.752,49	5.538,27	6.453,96	7.521,06
Plumón					
Cantidad en gramos	4.300,00	4.555,42	4.826,01	5.112,68	5.416,37
Precio	0,015	0,02	0,02	0,02	0,02
Valor	64,50	72,98	82,59	93,45	105,74
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	12.584,00	14.239,36	16.561,79	19.264,01	22.408,26

Elaborado por: La Autora

b. Materia prima para llaveros

Tabla 47 Materia prima directa llaveros

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Tela Kiana					
Cantidad en metros	13	14	14,59	15,46	16,38
Precio	7	7,48	7,99	8,53	9,11
Valor	91	102,97	116,52	131,84	149,19
Tela Dacrón					
Cantidad en metros	13	13,77	14,59	15,46	16,38
Precio	4	4,27	4,56	4,87	5,21
Valor	52	58,84	66,58	75,34	85,25
Tela Casimir					
Cantidad en metros	13	13,77	14,59	15,46	16,38
Precio	4,5	4,81	5,13	5,48	5,86
Valor	58,5	66,20	74,90	84,76	95,91
Tela Fieltro					
Cantidad en metros	13	13,77	14,59	15,46	16,38
Precio	3	3,20	3,42	3,66	3,90
Valor	39	44,13	49,94	56,50	63,94
Tela Rayas					
Cantidad en metros	13	13,77	14,59	15,46	16,38
Precio	1,5	1,60	1,76	1,94	2,13
Valor	19,5	22,07	25,71	29,96	34,92
Tela Suiza					
Cantidad en metros	13	13,77	14,59	15,46	16,38
Precio	3	3,20	3,42	3,66	3,90
Valor	39	44,13	49,94	56,50	63,94
TOTAL	299,00	338,33	383,58	434,91	493,13
Plumón					
Cantidad en gramos	362	383,50	406,28	430,42	455,98
Precio	0,015	0,02	0,02	0,02	0,02
Valor	5,43	6,06	7,06	8,23	9,59
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA LLAVEROS	525,43	594,46	674,36	765,04	867,98

Elaborado por: La Autora

Tabla 48 Total costos de materia prima directa

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Muñecas	12.584,00	14.239,36	16.561,79	19.264,01	22.408,26
Llaveros	525,43	594,46	674,36	765,04	867,98
TOTAL	13.109,43	14.833,82	17.236,14	20.029,05	23.276,24

Elaborado por: La Autora

En la tabla se encuentra el resumen del total de los costos de las muñecas y llaveros.

5.2.2 Mano de obra directa

Utilizando los datos del talento humano nombrados en el capítulo anterior realice una investigación de los salarios históricos para proceder a calcular la tasa de crecimiento.

Tabla 49 Datos históricos del salario mínimo en Ecuador

AÑO	SBU	$i=(Q_n/Q_o)-1$
2007	170	
2008	202	18,82%
2009	218	7,92%
2010	240	10,09%
2011	264	10,00%
2012	292	10,61%
TOTAL		57,44%
PROMEDIO		11,49%
PROYECCIÓN		SUELDO
2013		325,55
2014		362,95
2015		404,64
2016		451,13
2017		502,96

Elaborado por: La Autora

Una vez calculada la tasa de crecimiento de los salarios mínimos que comprende el 11,49% se pueden proyectar los sueldos para los próximos cinco años; luego de realizar los cálculos se obtienen los siguientes valores:

Tabla 50 Proyección de sueldos

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Cortador	325,55	362,95	404,64	451,13	502,96
Costurera	325,55	354,75	386,57	421,24	459,03
Terminado	325,55	354,75	386,57	421,24	459,03
TOTAL MENSUAL	976,64	1072,44	1177,78	1293,62	1421,02
TOTAL ANUAL	11.719,66	12.869,30	14.133,36	15.523,41	17.052,20

Elaborado por: La Autora

Tabla 51 Cálculo de obligaciones patronales

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico Unificado	11.719,66	12.869,30	14.133,36	15.523,41	17.052,20
Aporte Patronal (12,15%)	1.423,94	1.563,62	1.717,20	1.886,09	2.071,84
Décimo Tercer Sueldo	976,64	1.072,44	1.177,78	1.293,62	1.421,02
Décimo Cuarto Sueldo	976,64	1.088,84	1.213,93	1.353,39	1.508,87
Fondos de Reserva		1.072,44	1.177,78	1.293,62	1.421,02
TOTAL	15.096,88	17.666,64	19.420,06	21.350,13	23.474,95

Elaborado por: La Autora

Tabla 52 Costos directos de producción

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Costos de Materia Prima	13109,43	14833,82	17236,14	20029,05	23276,24
Costos de Mano de Obra	15096,88	17666,64	19420,06	21350,13	23474,95
TOTAL	28206,31	32500,47	36656,20	41379,18	46751,19

Elaborado por: La Autora

En la tabla anterior se resume los costos directos de producción que se utilizan en la fabricación de muñecas y llaveros.

5.2.3 Costos indirectos de fabricación

Tabla 53 Costos materia prima indirecta

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Lana	175,00	186,92	199,65	213,24	227,76
Mullos	45,00	48,06	51,34	54,83	58,57
Shakira	300,00	320,43	342,25	365,56	390,45
Cinta	120,00	128,17	136,90	146,22	156,18
Cemento	36,00	38,45	41,07	43,87	46,85
Aceites	50,00	53,41	57,04	60,93	65,08
Hilos Y agujas	20,00	21,36	22,82	24,37	26,03
Cordón	30,00	32,04	34,23	36,56	39,05
Tiza sastre	4,00	4,27	4,56	4,87	5,21
Encaje	7,50	8,01	8,56	9,14	9,76
Ojos	7,50	8,01	8,56	9,14	9,76
Otros	7,50	8,01	8,56	9,14	9,76
TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA	802,50	857,15	915,52	977,87	1044,46

Elaborado por: La Autora

Para la elaboración de las muñecas y llaveros se requiere de agua y luz por lo que mediante investigación se constató:

Tabla 54 Resumen costos indirectos de producción

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
CIF-Materia Prima	802,50	857,15	915,52	977,87	1.044,46
Depreciación Fábrica	1.742,54	1.742,54	1.742,54	1.742,54	1.742,54
Energía Eléctrica(kwh)					
Consumo	200,00	252,57	318,96	402,80	508,68
Precio	0,08	0,08	0,08	0,08	0,09
Valor	16,50	20,84	26,63	33,63	43,24
TOTAL	2.561,54	2.620,53	2.684,70	2.754,04	2.830,24

Elaborado por: La Autora

Tabla 55 Resumen de Costos de producción

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Costos Materia Prima	13.109,43	14.833,82	17.236,14	20.029,05	23.276,24
Costos Mano De Obra	15.096,88	17.666,64	19.420,06	21.350,13	23.474,95
Costos Indirectos Producción	2.561,54	2.620,53	2.684,70	2.754,04	2.830,24
TOTAL	28.206,31	32.500,47	36.656,20	41.379,18	46.751,19

Elaborado por: La Autora

5.3 Gastos administrativos

5.3.1 Sueldos al personal administrativo

Para la proyección de sueldos de utilizo la tasa de crecimiento de 9.57%

Tabla 56 Proyección de los sueldos del Personal Administrativo

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Gerente General	450,00	501,70	559,34	623,59	695,24
Vendedor	320,00	356,76	397,75	443,44	494,39
Contador	370,00	412,51	459,90	512,73	571,64
TOTAL MENSUAL	1.140,00	1.270,97	1.416,98	1.579,77	1.761,26
TOTAL ANUAL	13.680,00	15.251,62	17.003,79	18.957,25	21.135,14

Fuente: www.mri.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Tabla 57 Calculo de las obligaciones patronales

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldo Básico Unificado	13.680,00	15.251,62	17.003,79	18.957,25	21.135,14
Aporte Patronal (12,15%)	1.662,12	1.853,07	2.065,96	2.303,31	2.567,92
Décimo Tercer Sueldo	1.140,00	1.270,97	1.416,98	1.579,77	1.761,26
Décimo Cuarto Sueldo	976,64	1.088,84	1.213,93	1.353,39	1.508,87
Fondos de Reserva		1.270,97	1.416,98	1.579,77	1.761,26
TOTAL	17.458,76	20.735,46	23.117,64	25.773,49	28.734,46

Elaborado por: La Autora

5.3.2 Suministros y materiales de oficina

Tabla 58 Proyección de los suministros de oficina

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Papelería	120,00	128,172	136,90	146,22	156,18
Facturas	108,00	115,3548	123,21	131,60	140,56
Otros gastos	65,00	69,4265	74,15	79,20	84,60
TOTAL	293,00	312,95	334,27	357,03	381,34

Elaborado por: La Autora

5.3.3 Servicios Básicos

Tabla 59 Proyección Servicios Básicos

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Energía Eléctrica(kwh)					
Consumo	1800	1800	1800	1800	1800
Precio	0,0825	0,083	0,084	0,084	0,085
Valor	148,5	148,500	150,300	150,300	153,000
Teléfono (min)					
Consumo	250	250	250	250	250
Precio	0,1	0,100	0,110	0,110	0,120
Valor	25	25	27,5	27,5	30
Agua					
Consumo	2640	2640	2640	2640	2640
Precio	0,1823	0,1823	0,1834	0,1834	0,1844
Valor	481,272	481,272	484,176	484,176	486,816
Internet					
Plan 18 USD	216	216	216	216	216
TOTAL	654,772	654,772	661,976	661,976	669,816

Elaborado por: La Autora

Tabla 60 Resumen de Gastos Administrativos

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos Administrativos	17.458,76	20.735,46	23.117,64	25.773,49	28.734,46
Suministros Oficina	293,00	312,95	334,27	357,03	381,34
Depreciación	1.909,06	1.909,06	1.909,06	1.909,06	1.909,06
Servicios Básicos	654,77	654,77	661,98	661,98	669,82
TOTAL	20.315,59	23.612,25	26.022,94	28.701,56	31.694,68

Elaborado por: La Autora

5.4 Gastos de ventas

Tabla 61 Proyección de gastos de ventas

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Arriendo Local De Ventas	2.400,00	2.563,44	2.738,01	2.924,47	3.123,63
Publicidad	1.200,00	1.281,72	1.369,01	1.462,23	1.561,81
TOTAL	3.600,00	3.845,16	4.107,02	4.386,70	4.685,44

Elaborado por: La Autora

5.5 Tabla de amortización del préstamo

Tabla 62 Tabla de amortización

DESCRIPCIÓN	MONTO	%
Capital Propio	20.136,49	37%
Crédito	34.000,00	63%
TOTAL	54.136,49	100%

CAPITAL PRINCIPAL	CUOTA	INTERÉS	CUOTA ANUAL C+I	SALDO
34.000,00	6.800,00	3.818,20	10.618,20	27.200,00
27.200,00	6.800,00	3.054,56	9.854,56	20.400,00
20.400,00	6.800,00	2.290,92	9.090,92	13.600,00
13.600,00	6.800,00	1.527,28	8.327,28	6.800,00
6.800,00	6.800,00	763,64	7.563,64	0,00

Elaborado por: La Autora

Se realizara un préstamo de 34.000 dólares a 5 años de plazo con una tasa de interés del 11.23% con un pago mensual.

5.6 Depreciación de activos fijos

Tabla 63 Tabla de depreciación

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL	%	DEPRECIACIÓN
Terreno	12.500,00	Plusvalía	2%	250,00
Edificio	15.118,00	20	5%	755,90
Muebles y Enseres	2.275,00	10	10%	227,50
Maquinaria	12.890,00	10	10%	1.289,00
Equipo de computación	4.000,00	3	33,33%	1.333,20
Reinversión Equipos de Computación 4 año	4.000,00	3	33,33%	1.333,20
Equipo de oficina	460,00	10	10%	46,00
TOTAL	51.243,00			5.234,80

Elaborado por: La Autora

5.7 Estado de situación inicial

Tabla 64 Estado de situación inicial
MICROEMPRESA “LOS HILACHAS
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS A LARGO PAZO	
Caja - Bancos	4.343,49	PRESTAMO POR PAGAR	34.000,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4.343,49	TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	34.000,00
ACTIVOS FIJOS		TOTAL PASIVOS	34.000,00
Terreno	12.500,00	PATRIMONIO	20.136,49
Edificio	15.118,00		
Maquinaria	12.890,00		
Muebles y Enseres	2.275,00		
Equipo de Oficina	460,00		
Equipo de Computación	4.000,00	TOTAL PATRIMONIO	20.136,49
TOTAL ACTIVOS FIJOS	47.243,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos Investigación	1.750,00		
Gastos Constitución	800,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	2.550,00		
TOTAL ACTIVOS	54.136,49	TOTAL PAS+PAT	54.136,49

Elaborado por: La Autora

5.8 Estado de pérdidas y ganancias

Refleja la rentabilidad o pérdida financiera que tendrá la microempresa en los próximos 5 años. Tiene una relación directa con los ingresos y gastos incurridos durante todo el proceso de producción.

Tabla 65 Estado de pérdidas y ganancias

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS	72.672,46	93.071,19	123.459,24	163.030,32	214.538,68
(-)COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN	28.206,31	32.500,47	36.656,20	41.379,18	46.751,19
(=) UTILIDAD BRUTA	44.466,15	60.570,72	86.803,04	121.651,14	167.787,49

(-) GASTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Administrativos	20.315,59	23.612,25	26.022,94	28.701,56	31.694,68
Gastos de ventas	3.600,00	3.845,16	4.107,02	4.386,70	4.685,44
Gastos financieros	3.818,20	3.054,56	2.290,92	1.527,28	763,64
TOTAL GASTOS	27.733,79	30.511,97	32.420,88	34.615,54	37.143,76
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	16.732,36	30.058,75	54.382,16	87.035,59	130.643,74
(-) 15% Participación Trabajadores	2.509,85	4.508,81	8.157,32	13.055,34	19.596,56
(=) UTILIDAD ANTES IR	14.222,51	25.549,94	46.224,84	73.980,26	111.047,18
(-) IMPUESTO A LA RENTA	3.128,95	5.620,99	10.169,46	16.275,66	24.430,38
(=) SUPERAVIT	11.093,56	19.928,95	36.055,38	57.704,60	86.616,80

Elaborado por: La Autora

5.9 Flujo de caja

Tabla 66 Estado de flujo de efectivo

DETALLE	AÑO 0	2013	2014	2015	2016	2017
Inversión	54.136,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operacional		16.732,36	30.058,75	54.382,16	87.035,59	130.643,74
(-) Reinversión		0,00	0,00	0,00	4.000,00	0,00
(-) Participación Empleados y Trabajadores		2.509,85	4.508,81	8.157,32	13.055,34	19.596,56
(-) Impuestos		3.128,95	5.620,99	10.169,46	16.275,66	24.430,38
(+) Recuperación de la Inversión		0,00	0,00	0,00	0,00	15.528,30
FLUJO NETO	54.136,49	11.093,56	19.928,95	36.055,38	57.704,60	102.145,10

Elaborado por: La Autora

5.10 Evaluación financiera

A través de la evaluación financiera se podrá analizar rubros muy importantes VAN, TIR, costo de oportunidad, tiempo de recuperación de la inversión, costo beneficio, permitiendo así determinar la factibilidad o no de la microempresa.

5.10.1 Costo de oportunidad

Este valor constituye la tasa de interés que realmente se utiliza en el presente, es decir, permite actualizar valores.

El interés a considerarse en el crédito es el propuesto por el banco del 11,23% y para el capital social se puede realizar inversiones financieras en bonos, pólizas o acciones, para ello se establece una tasa de interés del 4.52%.

Siendo la inflación anual de 5.41% se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

Tabla 67 Tasa de redescuento

DETALLE	VALOR	% DE ESTRUCTURA	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversión propia	20.136,49	37,20%	4,52%	0,0168
Inversión financiada	34.000,00	62,80%	11,23%	0,0705
INVERSIÓN TOTAL	54.136,49	100%		0,0873

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Costo del Capital = 8.73%

TRM= $(1+CK) (1+\text{inflación})-1$

TRM= $(1+0,0873) (1+0,0541)-1$ **0,1462**

=

5.10.2 Cálculo del valor actual neto (VAN)

El valor presente neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente que permite observar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

Tabla 68 Cálculo del VAN

AÑOS	FLUJOS NETOS	TRM 14,62%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
1	11.093,56	1,146167	9.678,83
2	19.928,95	1,313698	15.170,11
3	36.055,38	1,505717	23.945,64
4	57.704,60	1,725803	33.436,37
5	102.145,10	1,978059	51.639,07
TOTAL			133.870,02

Elaboración: La Autora

$$VANi = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VANi = 133.870.02 - 54.136,49$$

$$VANi = 79.733,53$$

Al tener un VAN positivo 79.733.53 el proyecto muestra una inversión llamativa y viable de ejecutarse, puesto que existe preferencia de consumos en los diferentes productos por parte del cliente.

5.10.3 Cálculo de la tasa interna de retorno

Tabla 69 TIR

AÑOS	FLUJOS NETOS	TRM 14,62%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-54.136,49		
1	11.093,56	1,146167	9.678,83
2	19.928,95	1,313698	15.170,11
3	36.055,38	1,505717	23.945,64
4	57.704,60	1,725803	33.436,37
5	102.145,10	1,978059	51.639,07
FNA			133.870,02
VAN TASA INFERIOR			79.733,53
AÑOS	FLUJOS NETOS	TRM 48,10%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-54.136,49		
1	11.093,56	1,481000	7.490,59
2	19.928,95	2,193361	9.086,03
3	36.055,38	3,248368	11.099,54

4	57.704,60	4,810832	11.994,72
5	102.145,10	7,124843	14.336,47
FNA			54.007,35
VAN TASA SUPERIOR			-129,14

Elaboración: La Autora

Datos:

TASA INFERIOR	(<i>ti</i>)	0,1462
TASA SUPERIOR	(<i>ts</i>)	0,4810
VAN INFERIOR	(<i>VAN ti</i>)	79.733,53
VAN SUPERIOR	(<i>VAN ts</i>)	-129,14

Fórmula:

$$TIR = tr + (ts - ti) \left[\frac{VAN\ ti}{VAN\ ti + VAN\ ts} \right]$$

$$TIR = 0.1462 (0.4810 - 0.1462) \left[\frac{79.733,53}{79.733,53 + (-129,14)} \right]$$

$$TIR = 0.4805 \quad 48,05\%$$

La tasa interna de retorno en el proyecto se muestra en 48.05% lo cual representa un valor alto considerándose así el proyecto factible y viable de ejecutarse.

5.10.4 Relación costo – beneficio

$$costo\ beneficio = \frac{\Sigma\ Flujos\ Netos\ E.\ Actualizados}{Inversión}$$

$$costo\ beneficio = \frac{133.870,02}{54.136,49}$$

$$costo\ beneficio = 2,47$$

El costo – beneficio es mayor que uno. Por lo tanto el proyecto si es aceptable y viable de ejecutarse. Por cada dólar invertido se recupera 2,47 o a su vez se obtiene una utilidad de 1,49 dólares.

5.10.5 Relación ingresos – egresos

Tabla 70 Relación ingresos – egresos

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TRM 14.62%	INGRESOS ACTUALIZADO S	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	72.672,46	55.940,10	1,14617	63.404,79	48.806,25
2	93.071,19	63.012,44	1,31370	70.846,69	47.965,68
3	123.459,24	69.077,08	1,50572	81.993,63	45.876,52
4	163.030,32	75.994,72	1,72580	94.466,33	44.034,40
5	214.538,68	83.894,95	1,97806	108.459,22	42.412,77
Σ INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS				419.170,66	229.095,62

Elaboración: La Autora

$$relacion\ Ingresos - Egresos = \frac{\Sigma Ingresos\ actualizados}{\Sigma Egresos\ actualizados}$$

$$relacion\ Ingresos - Egresos = \frac{419.170,66}{229.095,62}$$

$$relacion\ Ingresos - Egresos = 1,83$$

La relación Ingresos-Egresos es de 1,83; por lo que su interpretación es que por cada dólar invertido en gastos hay 1,83 en ingreso, o a su vez por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0.83 dólares respecto al gasto.

5.10.6 Periodo de recuperación

Este elemento de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión total a incurrirse en proyecto, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, el resultado de recuperación de la inversión se estima de la siguiente manera:

Tabla 71 Tiempo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
1	11.093,56	
2	19.928,95	31.022,51
3	36.055,38	67.077,88
4	57.704,60	124.782,48
5	86.616,80	211.399,28

Elaborado por: La Autora

Cálculos:

67.077,88	= Σ 3 año
54.136,49	= Inversión
67077,88- 54136,49	-12.941,39
54136,49/3	18.045,50
18045,50/12	1503,79144

La inversión del proyecto se recuperará en un período de 3 **años**. Lo cual refleja que el proyecto es atractivo de ejecutarse y se visualiza que aproximadamente 4 años la microempresa podrá realizar inversiones.

5.10.7 Punto de equilibrio

Tabla 72 Punto de equilibrio

Costos	Muñecas	Llaveros
Unidades a producir	8.400	3.648
Ingresos totales	67.200	5.472
Costos variables unitarios:		
Materiales directos por unidad producida	\$ 12.584,00	\$ 525,43
Mano de obra directa por unidad producida	\$ 13.587,19	\$ 1.509,69
Costos indirectos de fabricación por unidad producida	\$ 1.639,39	\$ 922,15
Total costo variable	\$ 27.810,58	\$ 2.957,27
Total costo variable unitario	\$ 3,31	\$ 0,81
Costos fijos totales: Arrendamiento, depreciación, salarios básicos	\$ 17.036,69	\$ 5.678,90
Precio de venta unidad	\$ 8,00	\$ 1,50
Margen de contribución unitario (precio de venta menos costos variable unitario)	\$ 4,69	\$ 0,69
Unidades mínimas a producir (Punto de Equilibrio)	770	822

punto de equilibrio en unidades monetarias	costo fijo/1- (precio variable unitario- precio de venta público)
muñecas	\$ 6.159,03
llaveros	\$ 1.231,85

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al análisis efectuado se considera que las unidades mínimas que la microempresa debe producir para las muñecas son de 770 y para llaveros son 822.

CAPITULO VI

6 Estructura orgánica

Toda organización debe contar con una forma de organización de acuerdo a sus necesidades, por medio de la cual se pueda ordenar las actividades, los procesos diferenciando adecuadamente las características de cada estructura que integra una microempresa.

6.1 Análisis interno de la microempresa

6.1.1 Nombre o razón social

El nombre de la microempresa, una vez que se constituyan los estatutos se inscribirá en el registro mercantil como “Los Hilachas.”, cuyo slogan es “manos artesanales que promueven la cultura”.

La microempresa que se encontrará ubicada en el Cantón Ibarra, parroquia de Alpachaca.

6.1.2 Logotipo

Gráfico 25



MANOS ARTESANALES QUE PROMUEVEN LA CULTURA

Elaborado por: La Autora

6.1.3 Titularidad

Para la formación de una microempresa se celebrara una escritura pública de constitución.

6.2 Ente Jurídico

Se constituirá como microempresa y se conformara de 2 socios que aportaran capital en partes iguales para el inicio de la misma.

6.3 Permisos de Funcionamiento

Los requisitos para el funcionamiento son los siguientes

- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- Permiso sanitario para el funcionamiento

6.4 Misión

Los Hilachas es una microempresa dedicada a producir y comercializar muñecas de tela de las diferentes nacionalidades indígenas de la provincia de Imbabura con el fin de impregnar parte de nuestra cultura en cada uno de sus productos.

6.5 Visión

En el año 2017 “Los Hilachas” será una empresa líder en el mercado nacional en la producción de artesanías que representan la riqueza cultural de la provincia de Imbabura, utilizando mano de obra local contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros artesanos.

6.6 Objetivos micro empresariales

- 6.6.1** Fomentar la identidad cultural de la provincia.
- 6.6.2** Impulsar el desarrollo creativo del arte manual en beneficio de una comunidad armónica, lleno de colores, originalidad, cultura, tradición, turismo.
- 6.6.3** Potencializar el turismo en la ciudad de Ibarra.
- 6.6.4** Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida.
- 6.6.5** Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar en la microempresa.
- 6.6.6** Comercializar productos de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los clientes nacionales o extranjeros.
- 6.6.7** Realizar reuniones periódicas con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- 6.6.8** Ser un grupo de personas dedicadas al desarrollo creativo del arte manual en beneficio de una comunidad armónica y estar de tiempo completo en el taller de las muñecas ya que esto satisfactorio es como una terapia anti estrés por lo tanto somos inmensamente felices.

6.7 Principios y valores micro empresariales

6.7.1 Principios

- a.** Labor cooperativa y desarrollo personal y comunitario
- b.** Creatividad e innovación en el desarrollo de las artesanías con calidad.
- c.** Agilidad en entrega de productos terminas
- d.** Compromiso con la institución para un trabajo eficaz
- e.** Mejoramiento continuo de los procesos a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.
- f.** Compromiso y responsabilidad social
- g.** Trabajo en equipo con una actitud empresarial derivada del principio entre más somos más logramos, el trabajo en equipo es primordial en las

actividades diarias de la microempresa para satisfacción de las necesidades del cliente.

h. Calidad de productos

6.7.2 Valores

- a.** Integridad personal, respeto, honestidad y entusiasmo
- b.** Igualdad tanto en obligaciones así como en beneficios
- c.** Confianza mutua entre empleador y empleados
- d.** Ética
- e.** Puntualidad
- f.** Desarrollo humano

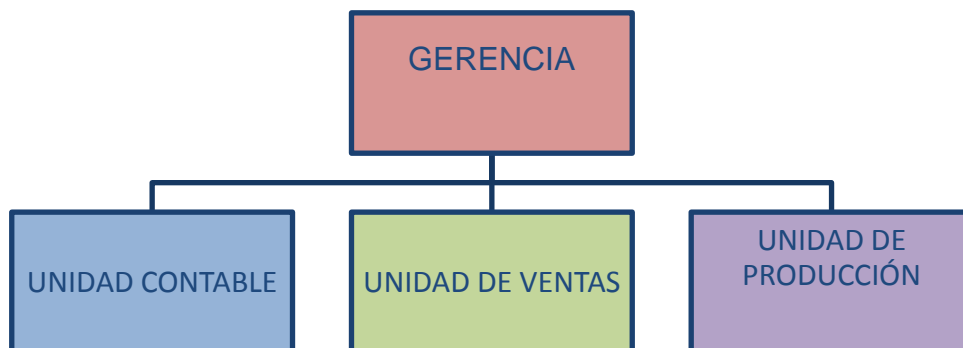
6.8 Estructura Orgánica de la Microempresa

6.8.1 Organigrama Estructural de la microempresa

La estructura de la microempresa LOS HILACHAS se encuentra formada por las siguientes unidades:

Gráfico 26

Organigrama Estructural



Elaborado por: La autora

6.8.2 Política de calidad

Ser una microempresa que supere las expectativas de calidad en los productos que entregamos a nuestros clientes, entregando un producto con materiales de calidad y con acabados que identifiquen que fueron elaborados por nuestra microempresa.

6.8.3 Niveles Administrativos

Los niveles administrativos que conforman a “LOS HILACHAS” dedicado a producir muñecas y llaveros artesanales está estructurado jerárquicamente de la siguiente manera:

- a. **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está integrado por el Gerente-Propietario, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de la filosofía empresarial, políticas y actividades de la microempresa.
- b. **Nivel Asesor:** El nivel asesor está conformado por la unidad de Contabilidad, que constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento contable y tributario, su función se canaliza a través del Gerente-Propietario. Y por la unidad de ventas quien se encarga de facturar, cobro de dinero, depósitos y entrega de reportes diarios de caja.
- c. **Nivel Operativo:** Este nivel está integrado por las siguientes áreas:
 - **Área corte:** Se dedicaran a sacar moldes y a cortar moldes de tela para fabricación de cuerpos como de vestimenta.
 - **Área cosido:** quien confecciona la vestimenta y une las partes de los cuerpos de las muñecas.
 - **Área de Terminados:** Esta área realizara todo cuanto sea a rostros, y decoración con collares manillas y artes del producto.

6.9 Orgánico funcional de micro empresa

6.9.1 Manual de funciones

Este Manual Orgánico y Funcional para “LOS HILACHAS” constituye un instrumento administrativo que determina la forma como se encuentra la empresa para el cumplimiento de su misión, visión de futuro y objetivos estratégicos; facilita las labores de auditoría, la evaluación, control interno y vigilancia, la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente.

El manual describe la organización formal para cada puesto de trabajo, este documento tiene por objeto el decirle a cada jefe o trabajador por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones e interrelaciones dentro y fuera de la microempresa.

Este instrumento no deberá ser considerado como rígido e invariable, por el contrario, el manual requerirá de ajustes y actualizaciones en la medida que nuevas situaciones se presenten o se modifiquen los escenarios del entorno.

	
MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO: Gerente	ÁREA: Ejecutivo
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• El Gerente General es responsable ante la Junta General de Accionistas por lo	

siguiente:

- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones adoptadas por la Junta General de Accionistas.
- Planificar las actividades tendientes al cumplimiento de los objetivos.
- Dirigir y administrar correctamente la gestión económica, financiera de la microempresa, cuyos resultados serán evaluados por la Junta General de Accionistas.
- Vigilar el correcto desarrollo de las dependencias administrativas y técnicas de la microempresa
- Mantener relaciones públicas satisfactorias para la obtención de los objetivos de la microempresa.
- Velar por el cumplimiento de normas y obtención de permisos legales para el desarrollo de las actividades.
- Tomar todas las medidas y acciones que fueran necesarias para dar cumplimiento con los objetivos planificados para el desarrollo de la microempresa.
- Aprobación del presupuesto.
- El establecimiento racional de procedimientos para la administración de sueldos y salarios.
- Vigilar el cumplimiento del manual de políticas.
- La aprobación de cambios en la administración de las políticas, las mismas que siempre estarán de acuerdo con los objetivos de LOS HILACHAS.
- Delegar la autoridad adecuada para que realicen sus funciones y cumplan con los objetivos, definiendo claramente las limitaciones de la autoridad delegada.

PERFIL:

- Ser líder, carismático y tener don de mando.
- Tener facilidad para comunicarse y negociar.
- Tener iniciativa y creatividad.
- Capacidad para resolver problemas.
- Orientación a resultados.
- Planificación y organización.
- Ser positivo
- Mantener un espíritu emprendedor y dinámico
- Contar con iniciativa y emprendimiento

REQUISITOS:

- Título Superior en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas o afines.
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
- Edad de 28 a 40 años.



MANUAL DE FUNCIONES

CARGO: Contador

ÁREA: Asesor

FUNCIONES:

- Se encargará de procesar y registrar la información necesaria para la elaboración de los Estados Financieros, controlará la recepción de la información contable proveniente de cada una de las áreas de la microempresa, coordinando procedimientos con la Gerencia.
- Realizar la contabilización de ingresos y egresos de la microempresa
- Realizar los respectivos pagos de impuestos a tiempo y sin multas.
- Tener al día los trámites en el ministerio de relaciones laborales en lo referente a los trabajadores.
- Tener al día los trámites de aseguramiento en el seguro IEES, pagos patronal e individual, fondos de reserva cuando sea el tiempo y todas la bonificaciones de acuerdo a la ley

PERFIL:

- Disponibilidad para trabajar en cualquier área de la empresa si la situación lo requiere.
- Ser una persona íntegra ética profesionalmente.
- Trabajar en equipo.
- Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- Buena presencia y excelente atención al cliente
- Confidencialidad de la información que se maneja en su trabajo diario

REQUISITOS:

- Título Superior en Contabilidad y Auditoria
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
- Edad de 25 a 45 años.
- Manejo de sistemas contables



MANUAL DE FUNCIONES

CARGO: Vendedor

ÁREA: Asesor

FUNCIONES:

- Brindar al cliente una excelente atención y darle a conocer las diferentes muñecas que posee la microempresa.
- Conocer la parte cultural y turística que sobresalen de cada etnia a la cual representan las muñecas, su ubicación y sus costumbres para poder guiar a los compradores.
- Entregar la publicidad conjuntamente con el producto
- Llamadas telefónicas a clientes y mantener una base de datos de ellos.
- Coordinar con producción para tener un stock adecuado en el almacén.

PERFIL:

- Ser una persona íntegra
- Trabajar en equipo.
- Capacidad de responder al trabajo
- Buena presencia y excelente atención al cliente
- Confidencialidad de la información que se maneja en su trabajo diario

REQUISITOS:

- Experiencia en ventas 3 años
- Estudios superiores mínimo 2 años y título de carreras afines a marketing
- Buena presencia
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo completo



MANUAL DE FUNCIONES

CARGO: Operarios

ÁREA: Producción

FUNCIONES:

- Mantener con la cantidad de mercadería suficiente para el buen funcionamiento de la microempresa
- Pedido de materia prima con anticipación
- Recepción y Revisión de la mercadería adquirida a proveedores
- Colocar y ordenar la mercadería en la respectiva bodega.
- Verificar Stock mínimos en el inventario e informar a GR.
- Coordinación con GR para mejorar procesos de control de inventarios.
- Apoyar a GR en realización de inventarios físicos de muñecas y llaveros

PERFIL:

- Ser una persona íntegra
- Trabajar en equipo.
- Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- Confidencialidad de la información que se maneja en producción

REQUISITOS:

- Mínimo bachillerato
- Conocimiento del área producción
- Haber trabajado bajo presión
- Disponibilidad de tiempo completo
- Tener conocimiento de máquinas overlock, recta, recubridora

6.9.2 Formas de Contratación

A través de una investigación de mercado, **Los Hilachas** ha decidido mantener una política de personal fijo, ya que es consciente de la dificultad existente en la actualidad de encontrar personas calificadas y con las aptitudes necesarias para la producción.

Si fuera necesario contratar a más personal, con motivo de vacaciones o bajas, se hará de forma eventual. Se intentará buscar, en el caso de trabajadores eventuales, gente con poca experiencia para su contratación a modo de prácticas tres meses antes de la sustitución y así formarlos la persona a la que van a sustituir. Estos contratados en prácticas tendrán la posibilidad de entrar a formar parte de la microempresa cuando se necesite aumentar la plantilla, siempre que su rendimiento sea el esperado.

La contratación será a jornada completa, aunque podrá contemplarse la posibilidad de la media jornada en función de las necesidades de la microempresa y del rendimiento esperado de los trabajadores.

Para la selección del personal se debe difundir la existencia de una vacante en los principales medios de comunicación como son periódicos, internet, invitaciones a Universidades, Institutos o Academias de preparación de profesionales, permitiendo así crear una base de datos de todos los interesados a ocupar determinado puesto en la microempresa, seguidamente se procede a captar o reclutar a los candidatos más idóneos para ocupar la vacante, este proceso inicia con la recepción de los candidatos y finaliza cuando se contrata a uno de los seleccionados.

La jornada laboral de los trabajadores corresponderá a 8 horas diarias, de lunes a viernes y el sábado hasta medio día, se reconocerá el valor proporcional a horas extras.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

La técnica para diseñar y valorar el nivel de impactos en el proyecto, se lo realizará a través de la matriz de impactos, mediante la aplicación de una escala de valoración cuantitativa y cualitativa de los impactos se determinara y analizara el nivel positivo o negativo que ocasionara la puesta en marcha de la microempresa a crearse en la parroquia de Alpachaca, cantón Ibarra.

Es conveniente realizar un análisis técnico de los impactos que el proyecto generará en el campo: económico, social, turístico-cultural y productivo, para esto se ha utilizado la siguiente metodología; en cada campo a ser analizado se utiliza una matriz de impactos en la que en su eje horizontal ubicamos los niveles de impacto en relación a la siguiente tabla y fórmula:

Tabla 73 Tabla de valorización de impactos

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Muy Alto	3
Alto	2
Medio	1
Indiferente	0
Bajo	-1
Muy Bajo	-2
Extremadamente Bajo	-3

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de la calificación}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.1 Impacto Social

Tabla 74 Matriz de Impacto Social

Nivel de Impacto	Negativo			Indiferente	Positivo			Total
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Bienestar de la comunidad							x	3
Imagen del sector						X		2
Calidad de vida							x	3
Estabilidad laboral						x		2
Total						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,5$$

ANÁLISIS:

➤ Bienestar de la comunidad

Esta variable implica un impacto alto positivo, al generar nuevas microempresas se fortalecen los canales de comercio que a diario es visitada por varios turistas tanto nacionales como extranjeros que valoran el arte innata de sus habitantes, y también exigen nuevas alternativas, Los Hilachas entregara productos que ayudaran a recordar la cultura de nuestros pueblos.

➤ **Imagen del sector**

En esta variable implica un impacto medio lo cual motivara a que otras personas realicen proyectos de inversión que ayuden a resolver la vulnerabilidad del sector y con ello ayudar a formar un criterio diferente en la sociedad para que tomen en cuenta a Alpachaca como un sector productivo.

➤ **Calidad de vida**

Esta variable presenta un impacto alto positivo, este proyecto beneficiara positivamente a los habitantes y trabajadores, en el primer caso podrán tomar nuevas iniciativas de crear nuevas microempresas que ayuden al sector, mientras que en el segundo caso a los trabajadores ya que al contar con estabilidad laboral ellos podrán destinar sus ingresos al gasto y ahorro generando un beneficio propio y familiar.

➤ **Estabilidad laboral**

Esta variable muestra un impacto positivo medio, la microempresa captara personal capacitado en el área operativa, por tanto se exige de compromiso y responsabilidad por cada empleado a ser integrado en el equipo de trabajo de Los Hilachas, donde la política principal será brindar una estabilidad laboral, siempre y cuando el trabajador ejecute sus actividades con eficiencia, eficacia y tenga presente la base filosófica de la empresa.

Una vez efectuado el análisis de la matriz de impacto social se encuentra en un nivel alto positivo **2,5**; con la creación de la microempresa Los Hilachas se garantiza mejorar la calidad de vida, bienestar comunitario, mejorar la imagen del sector de Alpachaca, estabilidad y desarrollo

profesional, al emprender con ideas de negocios se debe considerar todas las exigencias de los clientes brindándoles buena atención, variedad de servicios y proyectando un buen ambiente laboral, de la aceptabilidad del cliente depende el éxito de la empresa quienes buscan nuevos productos que les satisfagan sus necesidades por conocer la cultura.

7.2 Impacto Económico

Tabla 75 Matriz de Impacto Económico

Nivel de Impacto	Negativo			Indiferente	Positivo			Total
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rentabilidad del proyecto							x	3
Optimización de recursos							x	3
Generación de empleo						x		2
Capacidad de compra						x		2
Total						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{10}{4}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 2,5$$

ANÁLISIS:

➤ **Rentabilidad del proyecto**

Al iniciar con una actividad económica lo que se desea como inversionista es generar rentabilidad o utilidad, la puesta en marcha de Los Hilachas garantiza una estabilidad en ingresos los mismos que permitirán cubrir todos los gastos necesarios para continuar con las actividades y en un futuro poder ampliarse.

➤ **Optimización de recursos**

Esta variable en el proyecto presenta un impacto positivo alto, optimizar recursos, tratando de no tener desperdicios y concientizar en los trabajadores un correcto uso de materias primas, insumos y equipos, dando como resultado un aprovechamiento óptimo y mejorar los niveles de rentabilidad.

➤ **Generación de empleo**

La puesta en marcha de Los Hilachas generara algunas fuentes de trabajo, por ende se requiere de personas dispuestas a dar su mejor desempeño y que en todo momento estén comprometidas con el crecimiento y desarrollo empresarial, para ello se necesita de profesionales debidamente especializados en el manejo de maquinaria como recta, overlok, recubridora con el fin de entregar un producto de calidad.

➤ **Capacidad de compra**

Esta variable representa en el proyecto un impacto medio positivo, ya que mediante un buen uso del recurso financiero con una adecuada administración ayudara a comprar lo necesario, además si la microempresa cuenta con los equipos y herramientas necesarias permitirán tener eficiencia en las entregas y con ello se

fortalecerá las ventas y se podrá tener una estabilidad en la capacidad de adquisición de materiales.

Una vez analizadas cada una de las variables el puntaje de la matriz de impactos se encuentra en un nivel medio alto positivo **2,5** lo que refleja estabilidad económica empresarial y familiar, al ofertarse nuevas fuentes de empleo las personas tienen la oportunidad de mejorar su estatus económico y poder satisfacer sus necesidades materiales y físicas.

7.3 Impacto Turístico – Cultural

Tabla 76 Matriz de Impacto Turístico - Cultural

Nivel de Impacto	Negativo			Indiferente	Positivo			Total
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Identidad cultural							x	3
Atracción nacional e internacional							X	3
Turismo							X	3
Productos artesanales							x	3
Total							12	12

Elaborado por: La autora

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{12}{4}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 3$$

ANÁLISIS:

➤ **Identidad cultural**

Esta variable representa un impacto alto positivo ya que el producto que va a entregar la microempresa a los turistas tendrá una plasmada una imagen cultural y ancestral respetando cada vestimenta de cada cultura o pueblo lo que ayudará a que los turistas lleven un producto que les recuerde las raíces de nuestra vida pasada, presente y futura.

➤ **Atracción nacional e internacional**

Esta variable viene de la mano con la de identidad cultural ya que con este tipo de producto artesanal se podrá captar a turistas nacionales e internacionales convirtiéndose en una oportunidad de llegar a exportación.

➤ **Turismo**

En esta variable se tiene un impacto alto positivo ya que mediante la compra de una muñeca artesanal los turistas estarán interesados en conocer el lugar de donde provienen estas muñecas y por ende aumentaran las visitas a los lugares a donde pertenecen las muñecas artesanales y llaveros.

➤ **Productos artesanales**

En esta variable existe un impacto alto positivo ya que tenemos a favor que a los turistas les gusta adquirir productos elaborados manualmente sabiendo que en un solo producto se pueden identificar cultura, turismo, costumbres y llevar un recuerdo que les va dejar el legado de nuestros pueblos.

El presente trabajo tendrá un impacto de 3 que asciende a un nivel alto ya que con la elaboración de productos artesanales que mantenga la identidad de los pueblos atraeremos a turistas nacionales e

internacionales y por ende con ello aumentaríamos las visitas a nuestro cantón para poder dar a conocer el tipo de producto que poseemos y dar una alternativa a los turistas de productos a adquirir y dejando un legado que producir artesanalmente crea cultura y atrae turismo.

7.4 Impacto Productivo

Tabla 77 Matriz de Impacto Productivo

Nivel de Impacto	Negativo			Indiferente	Positivo			Total
	-3	-2	-1		1	2	3	
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cumplimiento de metas							X	3
Agilidad en el proceso productivo								3
Simplificación de trabajo						x		2
Calidad del producto							X	3
Total						2	9	11

Elaborado por: La autora

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{11}{4}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 2.75$$

ANÁLISIS:

➤ Cumplimiento de metas

En esta variable existe un nivel medio positivo ya que con una producción ordenada se lograra entregar productos a tiempo y con ello la microempresa logra los objetivos planteados de rentabilidad adecuada.

➤ **Agilidad en el proceso productivo**

El tener un trabajo por pasos como diseño dibujado, recortado, cosido entre otros hace que cada grupo de trabajo realice un trabajo ágil ya que el que cada persona ponga empeo en lo que realiza ayuda a que el producto salga en menor tiempo y con la mejor calidad.

➤ **Simplificación de trabajo**

En esta variable existe un impacto medio alto ya que al tener cada uno sus funciones claras ayudaran a que cada departamento no duplique el trabajo y se logre eficiencia.

➤ **Calidad del producto**

En esta variable hay un impacto positivo alto ya que entregar un producto de calidad con finos detalles que sorprenden al comprador por tener cualidades idénticas a la vestimenta de nuestros indígenas del cantón logrará resaltar al producto.

El presente trabajo tendrá un impacto productivo de 2.75 que asciende a un nivel alto ya que ayudará a que las personas cada día den lo mejor de sí para poder cumplir los pedidos en el menor tiempo posible ayudando a que no solo una persona se encargue de todo el proceso y con ello pueden rendir mejor y no tener pedidos sin entregar, además mediante la jerarquización de funciones siempre va a existir quien haga las revisiones de calidad por lo tanto se podrá entregar productos sin imperfecciones que ayuden a entrar a mercados internacionales.

7.5 Impactos Generales

Los impactos que generara la implantación de la microempresa en la parroquia se exponen en una sola matriz, que permitirá analizar cada uno de los posibles impactos y cuál es el de mayor incidencia.

Tabla 78 Matriz de Impactos Generales

Nivel de Impacto	Negativo			Indiferente	Positivo			Total
	-3	-2	-1		1	2	3	
Indicadores				0				
Impacto social						X		2.5
Impacto Económico						X		2.5
Impacto Turístico - cultural							X	3
Impacto Productivo							X	2.75
Total						4	6	10

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{10}{4}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 2.5$$

ANÁLISIS:

La incidencia del proyecto dará como resultado impactos positivos en las diferentes áreas analizadas: socio – económico, turístico – cultural y productivo, se han considerado diferentes variables para cada impacto las mismas que han sido planteadas tomando en cuenta la incidencia positiva y negativa que puede presentar el proyecto, la creación de esta microempresa empresa traerá grandes beneficios tanto al inversionista, trabajadores y clientes quienes tendrán en sus manos un producto de calidad que refleje cultura, además que con este producto se podrá ingresar a mercados nacionales y extranjeros

CONCLUSIONES

1. Después de realizado el respectivo análisis en el diagnóstico se determinó que el cantón Ibarra es privilegiado por tener características demográficas, geográficas únicas, además porque tiene una historia tanto ancestral como artesanal que atrae a muchos turistas nacionales y extranjeros convirtiéndose en un punto de partida muy importante para la creación de la microempresa la cual aunque tiene un problema como es la falta de inversión ha logrado buscar una salida sólida que conllevara a mejorar la calidad de vida de los que la integraran y de quienes se beneficiaran directa e indirectamente.
2. Las bases teóricas fueron fundamentales en el desarrollo de esta investigación ya que con ello se pudo sustentar la creación de la microempresa.
3. Después de haber realizado el respectivo estudio de mercado puedo manifestar que las muñecas y llaveros artesanales tiene aceptación, por ser novedoso y por su calidad, esto ayudará a ingresar con facilidad al mercado, como también la no existencia de oferta local siendo esto provechoso para la microempresa, la mayor parte de turistas les gusta adquirir las artesanías en ferias y en mercados artesanales. Por lo señalado anteriormente puedo concluir que el proyecto cubrirá la demanda insatisfecha, con una participación del 5,15% de la demanda insatisfecha de muñecas y de un 5% de la demanada insatisfecha de los llaveros en el primer año de producción.

4. Del estudio técnico se determinó que El sector de Alpachaca proporciona las condiciones favorables y es un lugar estratégico para la creación de la microempresa, la cual garantiza una rápida distribución de las artesanías ya que se encuentra cerca de vías de primer orden, además existe disponibilidad de servicios básicos y la cercanía a centros educativos, hospitales, que ayudaran a que la microempresa funcione adecuadamente.
5. Del análisis financiero se establece que la inversión para el proyecto es de 54.136,49 del cual el 37% será con capital propio y el 63% mediante un crédito, en 4 años se podrá realizar una nueva inversión, lo cual demuestra que el proyecto es favorable y viable ya que se podrá ir aumentando la producción y las oportunidades de llegar a mercados internacionales.
6. Al definir la estructura organizacional se determinó que la microempresa estará conformado por dos socios y que su legalización se la realiza por medio de escritura pública. Además la microempresa contará con una misión, visión, valores y principios, claros para lograr una adecuada producción y lograr concretar las metas planteadas.
7. Los impactos generados por este proyecto son el socio – económico aportara al comunidad con la creación de plazas de trabajo, aminorar el desempleo en el sector. Por otro lado aporta con el rescate de las culturas y ayuda a mejorar el turismo ya que este producto refleja identidad cultural. Mediante una producción coordinada se lograra mejorar la producción.

RECOMENDACIONES

1. Con la ejecución de la microempresa los artesanos del sector pueden asociarse y sacar a la venta todas las artesanías que elaboran en el sector para disminuir la vulnerabilidad económica en el sector.
2. Realizar una investigación teórica para tener un concepto más amplio de cada uno de los temas y así poder completar el proyecto de una forma más rápida y efectiva
3. Aprovechar la creciente y constante demanda que existe de los turistas de adquirir productos artesanales, mediante la organización de ferias semanales en diferentes lugares claves de la ciudad para que el producto sea conocido y entregado al público en una presentación adecuada y que pueda llegar a mercados nacionales, regionales e internacionales. Además realizar una estrategia publicitaria adecuada.
4. Aprovechar las condiciones adecuadas que tiene el sector para cimentar la microempresa y con ello distribuir las muñecas y llaveros con facilidad.
5. Implantar el proyecto es necesario ya que el análisis de rentabilidad fue positivo, por tanto es necesario buscar financiamiento pero hay que fijarse que este sea ágil y adaptable a las necesidades reales de la microempresa, para que a su vez tendrá un impacto positivo tanto en la administración como en el resto del proceso productivo.

6. Es recomendable que la estructura organizacional de la empresa cuente con bases en el ámbito administrativo, financiero, contable y productivo que conlleven a tomar decisiones correctas. Tener un manual de funciones que describa actividades y responsabilidades que los miembros de la microempresa deben realizar de forma ordenada.
7. En cuanto a la falta de inversión buscar ayuda en los fondos de desarrollo micro empresarial ya que el sector cuenta con gente de mucho conocimiento, la creación de la microempresa será un punto de partida y clave para encontrar mejores y nuevos mercados potenciales que ayuden a dejar un legado a las futuras generaciones que el trabajo es la única salida a la falta de recursos económicos. .

FUENTES DE INFORMACIÓN

AGUIRRE, Cantos Enriqueta (2006) **Diseño y Gestión de Microempresas**. Editorial: CODEU Tecnología Educativa, Quito-Ecuador.

ALLAN L, Reid (2007) **Las técnicas modernas de venta y sus aplicaciones**. Second edition Special Publications Division Prentice-Hall, Inc. Goodyear Publishing Company, Inc. Santa Monica, California

CÓRDOBA, Marcial (2008) **Formulación y evaluación de proyectos**. Bogotá D.C Eco Ediciones.

CASILLES, V. Rodolfo, GUTIERRES, T. Juan **Estrategias de Distribución Comercial** COPYRIGHT-2006 Thomson Editores.

CEJA, G. Guillermo **Planeación y Organización de Empresas** Octava Edición 1994.

E. MONTEROS Edgar (2005) **Manual de Gestión Microempresarial**. Editorial Universitaria.

FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2007) **Introducción a la investigación de mercados** Tercera edición McGraw Hill

FLEITMAN Jack (2010) **Cómo empezar una empresa exitosa** Editorial Pax.

HARGADÓN (2007) **Contabilidad de Costos** ediciones, Macchi

MALHOTRA K. Naresh. (2007) **Investigación de mercados**, Litográfica Ingramex, México.

MANKIW, Gregory (2007) **Principles of economics** Editor in chief Josep Sabatino executive editor.

MENDIVE, Daniel Eber (2008) **Marketing social**, Manual práctico El cid editor.

PITAS, Edgar y Peter (1985) **Artesanías y modernización en Ecuador**. Editorial Fraga.

PELTON L, STRUTTON D., LUMPKIN J. (2007) **Canales de marketing y distribución comercial**. Madrid. Ediciones. McGraw-Hill.

RAMIRES, PADILLA David **Contabilidad Administrativa Ediciones**. McGraw-Hill-2008.

ROMERO, Ricardo (2008) **El marketing y sus aplicaciones a la realidad peruana** original from the University of Clifornia.

STATON, J. Willan, ETZEL J. Michael, WALKER J. Bruce **Fundamentos del Marketing**. Decimocuarta Edición, México 2007

SÁNCHEZ, Z. Pedro **Contabilidad de Costos**. Editorial Quebecor 2007.

KOTLER, Philip Y ARMSTRONG, Gary **Marketing**, Octava Edición México 2008.

KOTLER, Philip , HAYES, Thomas , BLOOM, Paul (2008) **El Marketing de Servicios Profesionales**.

VALDIVIEZO, B. Mercedes Y TAPIA U. Carmen **Contabilidad de costos** Primera Edición (2007) EDITORIAL NUEVO PIN Quito-Ecuador.

ZAPATA Pedro (2007) **Contabilidad de costos: Herramienta para la toma de decisiones**. McGraw-Hill.

LINCOGRAFIA

http://www.luisfernandotorres.com/index.php?option=com_content&task=view&id=281&Itemid=54

<http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/mdtlima/about/success/microecua.shtml>

www.climbing-ecuador.com - www.ecuador-climbing.info

<http://www.folklore.cl/artesania.html>

WWW.artesanosecuador.com Artesanos –Ecuador Publicación 2007

<http://www.infopyem.com/> PYMES (Pequeña y Mediana Empresa)
Ecuador 2010

<http://www.mitecnológico.com/> Producción y Productividad Publicación
2009-2010

<http://www.folklore.ci/artesania.es.wikipwdia.org/wiki/artesaniaFolklore>
Publicación – 2010

www.visitaecuador.com/index.php?cod_seccion=5&codigo=Yqjaw2nE

ANEXOS

Anexo 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Analizar los diferentes productos que oferta el mercado.	PRODUCTO	♣ Características	Observación	Mercados locales
Realizar un análisis de la demanda de artesanías de muñecas en tela y demás objetos de adorno.	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Características de los Consumidores ♣ preferencia de compra ♣ Frecuencia de compra ♣ Cantidad 	Encuesta	Consumidor
Analizar la oferta existente de artesanías de muñecas en tela y demás objetos de adorno en los mercados.	OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Competidores ♣ Lugar de compra ♣ Tendencias de la oferta 	Observación Encuesta Observación	Competencia consumidores
Acordar un precio accesible para los posibles consumidores.	PRECIO	♣ Nivel de precio	Encuesta	Consumidor
Identificar las condiciones para comercializar el producto en los mercados.	COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Diseño del producto ♣ Estrategias ♣ Canales de distribución ♣ Estrategia de comunicación 	Observación Observación Observación Encuesta	Mercados artesanales Consumidor Consumidor

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

Encuesta dirigida a los turistas que visitan Ibarra. La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la aceptación de la creación de una “microempresa dedicada a la producción y comercialización de artesanías de muñecas en tela kiana y llavero por parte de la ciudadanía, la misma que servirá como base para la elaboración y desarrollo de un proyecto de investigación.



Instrucciones: Señale con una X en el paréntesis, según la respuesta que usted crea conveniente.

1. ¿Al introducir estos tipos de muñecas y llaveros artesanales en los sitios turísticos Ud. los adquiriría?

1.Si ☐ 2. No ☐

2. De los productos mostrados, que objeto prefiere comprar?

1. Muñecas ☐ 2.Llaveros ☐

3. ¿Qué cantidad de muñecas artesanales adquiriría Ud. anualmente?

1. 1-5 ☐
2. 6-10 ☐
3. 11-20 ☐
4. 30 en adelante ☐

4. ¿Qué cantidad de llaveros artesanales adquiriría Ud. anualmente?

5. 1-5 ☐
6. 6-10 ☐
7. 11-20 ☐
8. 30 en adelante ☐

5. ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por adquirir este tipo de muñeca?

1. \$8.00 – 12.00 ☐
2. \$13.00 a 17.00 ☐
3. 18 en adelante ☐

6. ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por adquirir llaveros artesanales?

- 4. \$1.50 – 2.00 ☐
- 5. \$3.00 a 3.50 ☐
- 6. 4 en adelante ☐

7. ¿En qué lugar prefiere adquirir artesanías?

- 1. Mercados de artesanías ☐
- 2. Ferías ☐
- 3. Tiendas de recuerdos ☐
- 4. Por catálogo ☐
- 5. Otros ☐ cual -----

8. ¿En dónde adquiere productos artesanales?

- 1. Otavalo ☐
- 2. Cotacachi ☐
- 3. San Antonio ☐
- 4. Ibarra ☐
- 5. Otros ☐ cual -----

9. ¿con que frecuencia adquiriría este tipo de muñecas y llaveros?

- 1. Mensual ☐
- 2. Trimestral ☐
- 3. Semestral ☐
- 4. Anual ☐

10. ¿Por qué motivo adquirirá Ud. Este tipo de muñecas y llavero?

- 1. Regalo ☐
- 2. Colección ☐
- 3. Negocio ☐
- 4. Otros ☐ cual -----

11. ¿Al momento de realizar sus compras sus ingresos le permiten adquirir diferentes artesanías?

- 1. Si ☐
- 2. No ☐

DATOS TÉCNICOS:

Edad:

- 18 – 26 ☐
- 27 – 35 ☐
- 36 – 45 ☐
- Más de 46 ☐

Género:

- M ☐
- F ☐